Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter,
liebe Kunden und Geschäftspartner,

Hans-Werner Scherer,
Vorsitzender der Geschäftsführung
der EOS Gruppe

vor zehn Jahren wurde die EOS Gruppe gegründet. Dies ist ein Grund zum Feiern!

In einem Menschenleben ist der zehnte Geburtstag etwas Besonderes, denn erstmals ist das Alter zweistellig. Im Leben eines Unternehmens ist der zehnte Jahrestag differenzierter zu beurteilen, gibt es doch viele Unternehmen mit einer deutlich längeren Geschichte. Dennoch: In so turbulenten Zeiten, wie wir sie mit der weltweiten Finanzkrise erleben, ist auch ein zehnter Geburtstag bemerkenswert. Zumal in der EOS Gruppe mit dem EOS DID und anderen Töchtern auch sehr traditionsreiche Unternehmen vertreten sind.

Der zehnte Geburtstag von EOS ist ein guter Grund zum Feiern! Wir würdigen das Ereignis mit dieser Chronik, die einen Blick hinter die Kulissen von EOS erlaubt. Dort finden wir Menschen, die die Geschichte unserer Gruppe ausmachen. Menschen, die für EOS arbeiten, und Menschen, für die EOS arbeitet. Wir freuen uns, dass sich so viele Kolleginnen, Kollegen, Kunden und Partner aktiv an dieser Chronik beteiligt haben. Das Ergebnis eröffnet einen tiefen Blick in die vielfältige Lebenswirklichkeit unseres Unternehmens.

Viel Spaß beim Lesen

Ihr
Hans-Werner Scherer

INHALT

Eine Idee namens EOS

08 **Wie alles begann** Von der Mahnabteilung des Otto Versandes zum Global Player

10 **Interview mit Hans-Werner Scherer** Der Vorsitzende der Geschäftsführung der EOS Gruppe berichtet über den Start von EOS

14 **Ein starkes Team** Die internationale Einführung der Marke EOS in den Jahren 2004 bis 2007 brachte neue Wachstumsimpulse

18 **Zahlen, bitte!** Fakten, die nicht im Geschäftsbericht stehen

EOS und seine Partner

22 **Bestens vertraut** Die Kunden der EOS Gruppe schätzen die kooperative und erfolgreiche Zusammenarbeit

26 **Immer im Dialog** Die EOS Unternehmen lassen sich in Sachen Netzwerkpflege und Kundenkontakt viel einfallen

30 **Tatort Berlin** Der EOS Kongress hat sich als Forum für den Austausch rund ums Forderungsmanagement etabliert

32 **Nicht von der Stange** Die Präsente von edition I solutions sind stets etwas Besonderes

EOS im Überblick

34 **Die Welt von EOS** Zu dem Finanzdienstleistungskonzern gehören über 40 Unternehmen in mehr als 20 Ländern

EOS und seine Mitarbeiter

38 **Ein geschätztes Gut** Ein Wertekanon bildet die Grundlage der Unternehmensstrategie der EOS Gruppe

42 **Klare Positionen** Die Mitarbeiter leben die Werte von EOS

46 **EOS ganz persönlich** Mehr als 4000 Mitarbeiter stehen für die Qualität der Dienstleistung von EOS

EOS in den Medien

56 **Pressespiegel** So berichtet die Presse über EOS

EOS in Zukunft

62 **Erfolgsstory** Die Geschäftsführer der EOS Gruppe erläutern, warum EOS für die kommenden Jahre gut gerüstet ist

66 **Ausblick** Der Finanzvorstand der Otto Group Jürgen Schulte-Laggenbeck sieht EOS erst am Anfang der Entwicklung

EINE IDEE NAMENS EOS

„EOS, du bist wie ein Freund, der mich fordert, der hinter mir steht und gemeinsam mit mir wächst. Bleib, wie du bist, du bist toll!“

Stefanie Mager,
EOS Corporate Marketing, EOS Holding,
Deutschland

„Happy Birthday, EOS! Wenn ein Kind zehn Jahre alt wird, beginnt die interessanteste Zeit. Es ist fast erwachsen und erlebt neue Herausforderungen. Wir hoffen, dass EOS eine spannende ‚Pubertät‘ erlebt. Möge es eine erfolgreiche Zeit sein: emotional und doch erfüllend; beständig, aber nicht langweilig; aufregend, aber effizient; provokant, aber nicht zu risikoreich! Wir sind stolz darauf, zu einer derart großen und angesehenen Gruppe zu gehören.“

Team EOS Matrix, Bulgarien

„1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 … 10 Jahre! Vorwärts EOS! Ein Jahrzehnt hast du nun hinter dir. Alles Gute für alle, die noch kommen!“

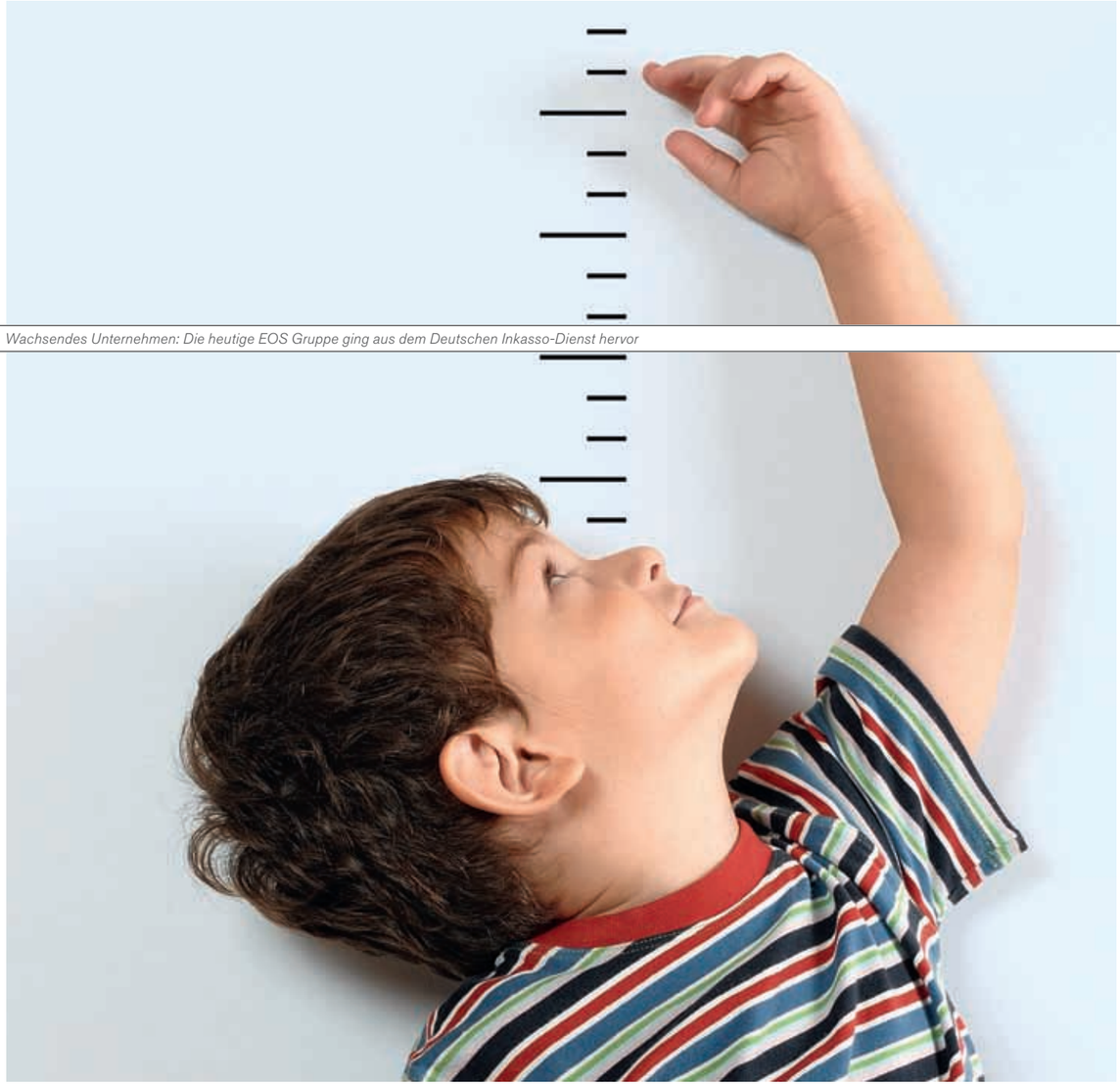
HR Department, EOS Matrix,
Griechenland

„Das Verkaufsteam von Inkasso Arena gratuliert EOS zum zehnjährigen Jubiläum. Wir werden weiterhin unser Bestes geben, damit die Marke EOS in der Schweiz erfolgreich am Markt agiert.“

Verkaufsteam Inkasso Arena (ab April 2010 EOS Schweiz), Schweiz

„Wir wünschen der EOS Gruppe alles Gute für die Zukunft. Die erfolgreiche Zusammenarbeit und das Zusammenwachsen der EOS Gruppe geben uns Mitarbeitern besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ein Gefühl der Sicherheit. Die Aufgaben, die noch zu bewältigen sind, werden wir bei EOS KSI durch gute Teamarbeit und Offenheit gegenüber Änderungen gemeinsam mit dem Rest der EOS Gruppe meistern.“

Susanne Krüger und Anke Borth,
EOS KSI, Deutschland



Wachsendes Unternehmen: Die heutige EOS Gruppe ging aus dem Deutschen Inkasso-Dienst hervor

WIE ALLES BEGANN

Vor zehn Jahren wurde EOS als Vertriebslabel für alle Tochter- und Beteiligungsgesellschaften eingeführt. Doch die Geschichte der Unternehmensgruppe reicht noch weiter zurück.

> Am 26. Juni 1974 machen die Kollegen der just an diesem Tag gestarteten Mercator-Inkasso GmbH & Co KG pünktlich Feierabend. Inkassofälle, Forderungsbearbeitung, Zahlungserinnerungen: Zu tun gibt es in der neuen Firma, die aus der Mahn- und Rechtsabteilung des Otto Versandes hervorgegangen ist, bereits genug. Doch an diesem Mittwoch wird bei der Fußballweltmeisterschaft um 16 Uhr das Zwischenrundenspiel zwischen Deutschland und Jugoslawien angepfiffen – das wollen viele nicht verpassen.

Eine Idee reift

Wie wir heute wissen, war dieser Tag nicht nur für die deutsche Nationalelf eine Station auf dem Weg an die Spitze. Auch Mercator-Inkasso, 1975 in Deutscher Inkasso-Dienst (DID) umbenannt, um Namensverwechslungen mit einem Wettbewerber zu vermeiden, entwickelt sich schnell zum Branchenführer. Durch die Einführung eines bundesweiten Außendienstes sowie des Telefoninkassos kann das Unternehmen seine Marktposition kontinuierlich ausbauen. Dies gilt auch für das Engagement außerhalb Deutschlands. Viele international tätige Kunden wünschen sich vermehrt, dass ihr Dienstleister auch im Ausland präsent ist. Diesem Trend begegnet der DID mit einer behutsamen Wachstumsstrategie, die auf ein Netz von Tochtergesellschaften und Beteiligungen mit breit gefächerten Dienstleistungen aufbaut. Alle Gesellschaften haben ein lokales Management, das mit der jeweiligen Marktsituation vertraut ist. Mit der Gründung von Euro Incasso-Dienst (EID) in den Niederlanden macht der DID 1981 den ersten großen Schritt ins Ausland. Zudem beginnt man mit dem Kauf von Forderungspaketen und erwirbt die Debita in der Schweiz.

Mit Beginn der Neunzigerjahre nimmt die Expansion des DID durch die Gründung, die Beteiligung und den Kauf von Unternehmen weiter Fahrt auf. So wird der Österreichische Inkasso-Dienst (ÖID) in Wien gegründet und das britische Inkassounternehmen Logic Group übernommen. Nach und nach kommen die Schweizer Zahnärztekasse AG, die Verleger-Inkasso-Stelle Wallstab, eine Beteiligung an BÜRGEL-Wirtschaftsinformationen und der einstige Wettbewerber mercator inkasso hinzu. 1999 akquiriert der DID die Kasolvenzia in Bad Rappenau und mit ihr Unternehmen an fünf osteuropäischen Standorten. Damit hat sich der DID zum Jahrtausendwechsel vom Dienstleister im Inkassobereich zu einem führenden Financial-Services-Anbieter in Europa entwickelt. Es war an der Zeit, den Kunden und Mitarbeitern die Stärke des wachsenden Netzwerkes auch äußerlich zu demonstrieren: Die Marke EOS wurde eingeführt. <<

Vorteile auf einen Blick:
Mit dieser Zeitungsanzeige warb der DID 1989 für seine Inkassodienstleistung.

„EOS IST MEIN GLÜCKSFALL“

Hans-Werner Scherer, Vorsitzender der Geschäftsführung der EOS Gruppe, hat die Entwicklung des Unternehmens zu einem internationalen Konzern von Anfang an mit geprägt.

Hans-Werner Scherer: Der Diplom-Kaufmann trat 1985 in den Deutschen Inkasso-Dienst ein. Dort initiierte Scherer 1998 als Sprecher der Geschäftsführung die Gründung und Vermarktung der EOS Holding, deren Vorsitzender er seit 2003 ist

> EOS feiert in diesem Jahr seinen zehnten Geburtstag. Wie kam es zu der Idee, eine einheitliche Marke einzuführen?

Auslöser waren Überlegungen unserer Muttergesellschaft im Jahr 1996. Unter dem damaligen Finanzvorstand Dr. Michael E. Crüsemann entstand die Idee, alle Finanzdienstleistungen der Otto Group, die aus Versicherungs-, Bank- und Inkassodienstleistungen bestand, unter einem Dach zu vermarkten. Die Bündelung sollte Transparenz schaffen und dem Kunden eine Übersicht ermöglichen. Ich erinnere mich noch an den Arbeitstitel: Financial Services International, kurz FSI.

Wie wurde aus FSI die Marke EOS?

Im Verlauf des Projektes stellte sich heraus, dass sich die Vertriebsansätze in den drei Geschäftsfeldern sehr unterschieden. Hinzu kam, dass wir schon damals unser Serviceportfolio kontinuierlich erweiterten, etwa mit dem Kauf von Anteilen an der Wirtschaftsauskunftei BÜRGEL. Wir erkannten, dass eine eigenständige Gruppe, die sich auf Dienstleistungen rund um den Cashflow in Unternehmen spezialisiert, viel Potenzial bot. So beschloss man, von der ursprünglichen Idee abzurücken und uns einen eigenen Weg gehen zu lassen. 1998 riefen wir einen zentralen Marketingbereich ins Leben, um die Strategie von Anfang an professionell umzusetzen. Unsere Kunden sollten auf den ersten Blick erkennen, mit welchem Unternehmen sie zusammenarbeiten. Wir brauchten eine eigene Marke und haben die Namensfrage erneut aufgeworfen. Es gab eine Reihe von Vorschlägen, über die die damaligen Geschäftsführer der Tochtergesellschaften gemeinschaftlich abgestimmt haben. So wurden wir zu EOS.

Wieso gerade dieser Name?

Der Name EOS war ein Geniestreich – auch, wenn wir gar nicht Bezug auf die Namensgeberin, die Göttin der Morgenröte, nehmen. Der große Vorteil des Namens ist aus meiner Sicht seine Neutralität. Wenn man „EOS“ hört, erweckt das keine Assoziationen, es entstehen keine Bilder. So haben wir die Chance, den Namen selbst zu prägen und uns klar von unseren Mitbewerbern abzuheben. Das gelingt auch, wie uns viele Kunden zurückspielen.

Wie hat die Otto Group reagiert, als der neue Name präsentiert wurde?

Schon damals war internationales Wachstum unser erklärtes Ziel. Um mit unseren Dienstleistungen ins Ausland zu gehen und unsere Servicepalette zu erweitern, benötigten wir einen international nutzbaren Namen. Dieser Name konnte nicht „Deutscher Inkasso-Dienst“ sein, auch wenn unser umsatzstärkstes Unternehmen so hieß. Die Betonung des Wortes „deutsch“ klingt wenig nach internationalen Ambitionen und nach Multikulturalität, nicht wahr? EOS hingegen wird weltweit verstanden und ist unverbraucht. Das überzeugte unseren Gesellschafter, die Otto Group, die seit vielen Jahren international agiert, rasch.

Sie sagten, Wachstum war das Ziel Ende der 1990er-Jahre. Wie viele Unternehmen gehörten damals zur Gruppe?

1998 waren es zwölf Gesellschaften, die vernetzt arbeiteten. Dabei handelte es sich um Präsenzen in Deutschland, in den Niederlanden, in der Schweiz, in Österreich und in England.

Wie haben diese Unternehmen reagiert, als EOS eingeführt wurde?

Die Idee, als starkes Netzwerk aufzutreten, hat sofort Zuspruch gefunden. Dennoch sind wir bei der operativen Umsetzung behutsam vorgegangen: Gerade Unternehmen, die sich über viele Jahre, >>

Wenn man heute in Europa über Finanzdienstleistungen spricht, spricht man von EOS.

HANS-WERNER SCHERER

>>

zum Teil über Jahrzehnte einen eigenen Namen erarbeitet hatten, wollten nicht auf ihre Bekanntheit zugunsten eines damals völlig neuen Labels verzichten – aus vertrieblicher Sicht ein wichtiges Argument. So nutzten wir den Namen EOS vorerst im Zusatz „Ein Unternehmen der EOS Gruppe“. Dies ermöglichte sowohl Kunden als auch Mitarbeitern, sich auf die Veränderung einzustellen.

Heute tragen fast alle zur Gruppe gehörenden Unternehmen den Namen EOS. Wie kam es dazu?

Mit dem verbindenden Vertriebslabel haben wir viel erreicht, doch noch immer waren wir für Kunden und Interessenten nicht als einheitlicher, internationaler Konzern erkennbar. Ich erinnere mich an eine Ausschreibung für einen internationalen Kreditkartenkonzern, in der mehrere Unternehmen der Gruppe ihre Serviceleistungen anbieten wollten. Da standen die Services von unserem britischen Unternehmen Logic Group neben denen unseres deutschen Außendienstes DKS und des niederländischen EID. Dies war intransparent und für den Kunden schwer nachvollziehbar. So kam es zu Stufe zwei der Markeneinführung – wir sagen gern etwas flapsig: „Wo EOS draufsteht, ist auch EOS drin.“ Das heißt, jedes Unternehmen, das in unserem Kerngeschäft tätig ist, tritt heute unter dem Logo auf. Dadurch sieht der Kunde sofort, dass er es mit einem Unternehmen der EOS Gruppe zu tun hat.

Erste Werbekampagne für das EOS Team: EOS ist dank der Tochtergesellschaften auf jeder Position gut besetzt – wie eine professionelle Fußballelf

Wie kommt das bei den Mitarbeitern an?

Veränderungen führen bei vielen Menschen zu Verunsicherung. Uns war klar, dass wir die Mitarbeiter von EOS genauso überzeugen mussten wie unsere Kunden. Gerade im Dienstleistungssektor, in dem kein physisches Produkt für sich spricht, ist jeder einzelne Mitarbeiter ein Botschafter dessen, was EOS ausmacht. Die Mitarbeiter füllen den Konzern mit Leben, sie präsentieren unseren Anspruch an unsere Arbeit und unser Selbstverständnis. Deshalb versuchen wir, die Kolleginnen und Kollegen über unsere Entwicklung auf dem Laufenden zu halten, sie mitzunehmen. Jede Umstellung, jede Neugründung und jeder Kauf eines Unternehmens wird mit Mitarbeiterveranstaltungen vor Ort begleitet. Aber natürlich ist Veränderung ein andauernder Prozess. Wir müssen uns täglich für die Idee EOS engagieren. Schließlich wollen wir unsere Partner extern wie intern von EOS überzeugen, nicht sie überreden.

Die Keimzelle der Gruppe ist der EOS DID. War es eine besondere Herausforderung, dessen Mitarbeiter zu überzeugen?

Es spricht für sich, dass der DID als erstes Unternehmen den Schritt der Markenumstellung gegangen ist. Wir trafen auf große Bereitschaft, obwohl der bisherige Markenname im Markt führend positioniert war. Nach diesem wichtigen ersten Schritt folgten viele andere Unternehmen gern. Der DID nahm hier wirklich eine Vorbildfunktion ein. Das heißt übrigens nicht, dass jeder Mitarbeiter die Umstellung frei von Skepsis erlebt hat. Sicher sehnt selbst heute noch der eine oder andere vergangene Zeiten herbei, denn oft erscheinen diese schöner und einfacher. Ich denke, jeder muss daran arbeiten, offen in die Zukunft zu blicken. Das sehe ich an mir selbst, und ich behaupte, dass ich Veränderungen sehr positiv gegenüberstehe.

Was bezeichnen Sie persönlich als größten Erfolg seit Bestehen der EOS Gruppe?

Für mich ist das stetige Wachstum der letzten zehn Jahre unser größter Erfolg. Wir werden international wahrgenommen. Wenn man in Europa über Finanzdienstleistungen spricht, spricht man auch über EOS. Das Label EOS ist eine Erfolgsstory. Durch die Einführung der Marke für die Gruppe konnten wir besser auf größere Kunden zugehen. Denn international gilt der Leitsatz: Big companies get big clients, small companies get small clients. Die Entwicklung der Marke EOS und der Werte, für die EOS steht, hat im großen Maße dazu beigetragen, die hohe Qualität der Arbeit der Einzelgesellschaften zu vermarkten.

Gibt es noch weitere Dinge, auf die Sie stolz sind?

Stolz trifft es nicht ganz: Ein besonderer Gewinn ist für mich das Arbeiten im internationalen Kontext. Ich empfinde die Aufgabe, mit Menschen aus verschiedenen Kulturen zusammenzuarbeiten, als sehr bereichernd. Jede Kultur, jedes Land birgt individuelle Eigenarten, die man kennenlernen und akzeptieren muss. Ich bin davon überzeugt, dass die Gruppe aus kultureller Sicht von jeder Akquisition profitiert. Sei es, dass uns die Amerikaner nach dem Kauf von Collecto im Jahr 2001 eindringliche Vorträge über die Bedeutung des Vertriebes gehalten haben. Oder sei es, dass wir von den Osteuropäern der KSI und der Matrix Gruppe einiges über Flexibilität und über den Umgang mit Veränderungen lernen konnten. Insofern ist die Rolle, die mir zuteil wurde, nämlich EOS zu entwickeln, auch für mich ganz persönlich ein Glücksfall.

Was macht Ihnen bei Ihrer Arbeit am meisten Spaß?

Die Zusammenarbeit mit Menschen, die Vielseitigkeit und die Herausforderungen des Jobs machen mir Spaß. Und es bereitet mir Freude, Verantwortung für die Entwicklung und für den Erfolg von EOS zu tragen. <<

EIN STARKES TEAM

Die Jahre von 2004 bis 2007 standen im Zeichen der Vereinheitlichung des Markenauftrittes. Als Gütesiegel ist die Marke Basis für den Erfolg der Unternehmensgruppe.

> Wer ein Papiertaschentuch braucht, fragt meist nach einem Tempo, wer eine kleine Erinnerungsnotiz an Computer oder Kühlschranktür befestigen will, verwendet ein Post-it, und wer eine koffeinhaltige Limonade trinken möchte, bestellt sich eine Coke. Was kann einem Unternehmen Besseres passieren, als dass der Markenname zum international gebräuchlichen Synonym für das eigene Produkt wird?

EOS DID
Als eines der größten Tochterunternehmen der EOS Gruppe war der Deutsche Inkasso-Dienst, kurz DID, die erste Gesellschaft, die unter der neuen Marke auftrat. Dies wurde am 1. Dezember 2004 mit allen Mitarbeitern gefeiert.

Ambitionierte Ziele

So gesehen war die Entscheidung der damaligen EOS Geschäftsführer, dem Konzern mit einem für alle Tochter- und Partnerunternehmen der Gruppe gleichen Außenauftritt zu erhöhter Marktpräsenz zu verhelfen, durchaus ambitioniert. Unrealistisch war sie nicht. „EOS steht schon jetzt für eine gute Dienstleistungsqualität – sozusagen wie ein Gütesiegel. Dieses Siegel soll in Zukunft die Qualitätsstandards der Finanzdienstleistung für den internationalen Markt prägen“, so die Geschäftsführung im Jahr 2004 in einem Interview in der EOS Mitarbeiterzeitung zur neuen Markenstrategie.

Ein Jahr zuvor konnte von gemeinsamer Außenwirkung der Unternehmensgruppe keine Rede sein: Damals nutzte jede Gesellschaft ihr eigenes Logo sowie ein eigenes Corporate Design und hatte einen eigenen firmenkulturellen Hintergrund. Hinzu kam, dass die Zahl der Unternehmen durch Neugründungen und Zukäufe immer weiter anstieg. Für Außenstehende und selbst für viele Mitarbeiter war es gar nicht so einfach, den Konzern als Einheit wahrzunehmen. „Den Kunden das Unternehmen EOS mit seinen vielen Gesellschaften zu erklären, war in dieser Zeit eine kommunikative Herausforderung“, erinnert sich die damalige Marketingleiterin Ulrike Fischer.

Diese Schwierigkeiten sollte es bald nicht mehr geben. EOS verfolgte konsequent seine Expansionsstrategie, der Globalisierung der Märkte

Gut aufgestellt: Die EOS Unternehmen treten seit 2007 einheitlich am Markt auf

entsprechend. Damit einher ging die Notwendigkeit, die Unternehmensgruppe mitsamt der noch jungen Marke EOS als einen der führenden Anbieter von Finanzdienstleistungen rund um den Geldfluss in Unternehmen international bekannt zu machen. Der einheitliche Außenauftritt der EOS Unternehmen unter der neuen Marke EOS war ein wichtiger Schritt auf diesem Weg.

Im September 2004 fiel der offizielle Startschuss für die Vereinheitlichung des Markenauftrittes. Die EOS Holding stellte als erste >>

EOS KSI/EOS Matrix
Nach nur sieben Monaten Vorbereitungszeit haben die elf Unternehmen der Kasolvenzia Gruppe und von Europe Matrix am 1. Januar 2006 auf die Marke EOS umgestellt. Hier im Bild das Kundenevent von EOS KSI Ungarn.

Hingucker:
Im Rahmen der EOS Markenharmonisierung wurden Werbemittel wie Broschüren und Plakate in allen Ländern an das Corporate Design der EOS Gruppe angepasst.

>>
Einheit der Gruppe auf das neue Markendesign mit dem quadratischen rot-grauen Logo um. Nur drei Monate danach folgte das erste operative Unternehmen: Pünktlich zum 30-jährigen Firmenjubiläum erhielt die größte Gesellschaft der Gruppe, der Deutsche Inkasso-Dienst (DID), im Dezember 2004 das moderne Markendesign. Wie bei der Holding wurde den EOS DID Mitarbeitern der neue Unternehmensauftritt im Rahmen einer großen Veranstaltung präsentiert. Um die Kunden gebührend über die äußerliche Veränderung zu informieren, ging der DID aufs Wasser: Im Hamburger Hafen stach man auf einer traditionellen Barkasse für eine Elbfahrt in See und feierte gemeinsam den Aufbruch in neue Zeiten.

EOS VIK
Das Unternehmen IKW-VIK war seit 1995 ein Teil der Gruppe. Am 8. Januar 2007 erfolgte der Wechsel zum EOS Logo. Geschäftsführerin Kirsten Schröder sagte damals: „Wir verlieren keinen Namen, wir gewinnen einen guten neuen."

EOS Field Services
„Unter vollen Segeln nach Europa" – so lautete das Motto, das der Deutsche Kreditschutz (DKS) anlässlich der Umbenennung in EOS Field Services ausgab. Am 1. Juli 2005 stach man gemeinsam mit Mandanten auf einem Dreimaster zu einem Tagestörn in See.

Der Prozess nimmt Fahrt auf

Der Stein war ins Rollen gekommen, zügig folgten nun die anderen Unternehmen: Bis Ende 2005 traten mit EOS KSI, EOS Matrix und deren Töchtern elf weitere EOS Unternehmen innerhalb eines Jahres unter dem EOS Logo auf. Die übrigen reihten sich quasi wie von selbst ein. „Wir hatten von der Planung bis zur Einführung neun Monate Zeit", erinnert sich Ulrich Heinecke, Geschäftsführer von EOS mercator. „Das klingt nach viel, war aber gerade Zeit genug, denn bei einer so wichtigen Veränderung müssen doch sehr viele Aspekte berücksichtigt werden." Schließlich bedeutet die Einführung einer übergreifenden Marke mehr, als ein neues Firmenschild anzubringen und entsprechendes Geschäftspapier zu drucken. Allein der Rollout der hochspezialisierten Inkassobearbeitungsprogramme „Kollecto", „Fidibus" und „Kasys" nahm pro Unternehmen mehrere Monate in Anspruch.

Eine der wichtigsten Aufgaben war eine äußerlich gar nicht sichtbare: Alle Mitarbeiter sollten sich informiert fühlen und den Sinn der Veränderung nachvollziehen können. „Veränderungen verunsichern, das ist ganz natürlich", erklärt Heinecke. Die Kommunikation der Chancen, die sich durch die Umstellung für jedes Einzelunternehmen der Gruppe ergeben, sollte Bedenken zerstreuen, dass die eigene Identität auf dem Weg zum Global Player verloren gehen könnte. Durch regelmäßige Informationen, Markenschulungen und Mitarbeiterveranstaltungen wurde eine breite Akzeptanz für die „Idee EOS" erzielt. „Das verbuche ich bei diesem Projekt als einen der größten Erfolge", sagt Heinecke zufrieden.

EOS IT Services
Als erster Dienstleister innerhalb der EOS Gruppe hatte die Datenverarbeitung für Finanzdienstleister (DFD) den Wechsel vollzogen. Am 27. Mai 2005, dem Umstellungstag, erhielt DFD eine „Seebestattung", und EOS IT Services wurde mit Seewasser getauft.

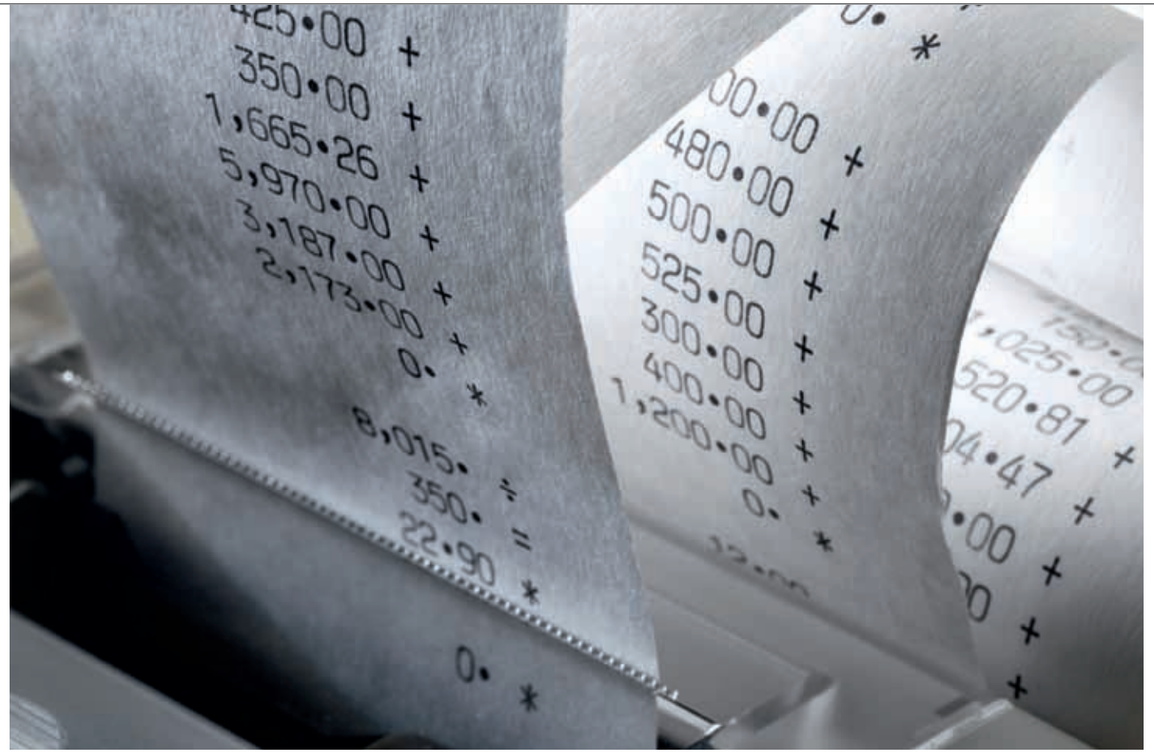
EOS Solutions UK
Am Montag, dem 4. September 2006, wurde Logic Group Plc zu EOS Solutions UK Plc. Das Unternehmen aus Großbritannien informierte mit der Kampagne „Changing your logic" sowohl Kunden als auch Mitarbeiter über die Vorteile der Veränderung.

Dies stellte man auch in Großbritannien fest, wo aus der Logic Group EOS Solutions UK wurde: Dort entwickelte das für die Umstellung verantwortliche Projektteam den Claim „Changing your logic", mit dem die Strategie an Mitarbeiter, Kunden und Fachmedien kommuniziert wurde. Auf einer Website informierte das Team über den Prozessstatus und über die Veränderungen. „Das kam gut an. Die Mitarbeiter fühlen sich heute als Teil eines Konzernes. Und durch die Zugehörigkeit zur Gruppe kommen wir mit Kunden, die uns noch nicht kennen, leichter ins Gespräch", sagt Stuart Knock, Geschäftsführer EOS Solutions UK. „Mit der Marke EOS haben wir unser Standing klar verbessert." <<

ZAHLEN, BITTE!

Als Finanzdienstleister dreht sich bei EOS vieles ums Bezahlen. Zahlen gehören zur täglichen Arbeit. Was die Unternehmensgruppe sonst bewegt, lässt sich ebenfalls beziffern.

Statistik: Zahlen, die nicht in der Bilanz stehen



5 Länder – Bulgarien, Ungarn, die Schweiz, Großbritannien und Deutschland – standen 2009 im Fokus der EOS Studie zu Zahlungsgewohnheiten.

18 EOS Unternehmen nutzen derzeit die Inkassobearbeitungssysteme „Kollecto“, „Kasys“ und „Fidibus“.

19 Sprachen sprechen die mehr als 4000 Mitarbeiter der EOS Gruppe in Europa, Asien und den USA.

3.280 Seminare wurden von 2000 bis 2009 von der EOS Personalentwicklung in Deutschland durchgeführt und vermittelt. Hinzu kommen 728 Workshops.

12.000 Telefonate mit Kunden und Interessenten führen die Mitarbeiter von EOS Deutschland im Laufe eines Jahres.

52.000 Meter hoch wäre der Aktenstapel, wenn man alle im Hamburger EOS Archiv gelagerten Unterlagen übereinanderlegen würde.

1.108.805 Telefonate führte EOS Serviceline im Jahr 2008.

10.952.665 Mahnbriefe versandte EOS Deutschland im Jahr 2008.

EOS UND SEINE PARTNER

„Ich wünsche EOS, dass die Gruppe zu einem wahrlich internationalen und multinationalen Unternehmen wird. Und hier ein Zitat, passend zur Weltwirtschaftskrise: ‚Es ist gut, Geburtstag zu haben, denn Statistiken zeigen, dass die Leute mit den meisten Geburtstagen am längsten leben.‘ (Larry Lorenzoni)“

Dmitry Zadvornov,
Business Development Director,
EOS, Russland

„Liebe Grüße von weit her. Wir wünschen Erfolg und Leistung. Greif ruhig nach dem Mond, EOS – und wenn du danebengreifst, erwischst du immer noch einen Stern.“

Rechtsabteilung,
EOS Matrix, Griechenland

„Das Team von Corporate Development gratuliert EOS zum zehnjährigen Firmenjubiläum und wünscht viele weitere erfolgreiche Jahre!“

Team Corporate Development,
EOS Holding, Deutschland

„Für mich als Mitarbeiterin, die die Marke EOS von der ersten Stunde an mit begleitet hat, ist es besonders schön zu sehen, was wir in den letzten zehn Jahren erreicht haben. Ich bin gespannt auf die weiteren großen Schritte und wünsche EOS ein gutes Durchhaltevermögen und weiterhin so viel Konsequenz und Sympathie.“

Ilona Rabe,
EOS Corporate Marketing, EOS Holding,
Deutschland

BESTENS VERTRAUT

Der Geburtstag der EOS Gruppe steht für viele langjährige und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen. Diese sollen auch in Zukunft bestehen.

Sie haben EOS an die Spitze gebracht, dazu meinen Glückwunsch. Obwohl CCA Teil eines internationalen Unternehmens ist, erhalte ich nach wie vor einen so persönlichen, auf unsere Bedürfnisse abgestimmten Service, als ob Platte Valley Medical Center der einzige Kunde wäre. ***Deshalb bleibt EOS CCA als Finanzdienstleister meine erste Wahl.*** *Machen Sie weiter so.*

Bill Snekvik, Director,
Patient Financial Services Platte Valley Medical Center, Denver, CO, USA

Die Zusammenarbeit mit EOS ist von Flexibilität, Professionalität und – was mich besonders freut – von gegenseitiger Sympathie geprägt. ***Es folgen sicherlich noch viele weitere gemeinsame Projekte.*** *Herzlichen Glückwunsch zum Zehnjährigen und viel Erfolg für die Zukunft.*

Prof. Dr. Michael Lister, School of Management and Innovation, Steinbeis-Hochschule Berlin, Deutschland

Seit 1997 nutzen wir den Inkassodienst von EOS KSI. Die Zusammenarbeit war dabei immer durch Flexibilität und ein ***hohes Maß an gegenseitigem Vertrauen*** *geprägt. Für die kommenden Jahre wünschen wir EOS, dass das Unternehmen seine heute schon bedeutende Marktstellung weiter ausbauen kann.*

Franz-Josef Stute, Abteilungsdirektor Zentrales Debitorenmanagement bei der ThyssenKrupp Materials International GmbH, Dortmund, Deutschland

Alles Gute zum zehnjährigen Jubiläum! Auf viele weitere Jahrzehnte erfolgreicher Zusammenarbeit.

Robert Dumais, Manager, National Recovery,
Verizon Wireless, Basking Ridge, NJ, USA

Bei vielen EOS Veranstaltungen in Europa sprach ich als Geschäftsführer des Institute of Credit Management. Stets habe ich ***EOS als professionelles Unternehmen erlebt, das es sich zur Aufgabe macht, das Beste zu verwirklichen.*** *Zum zehnjährigen Jubiläum gratuliere ich EOS und freue mich auf die weitere erfolgreiche Zusammenarbeit im Kreditmanagement.*

Philip King, Generaldirektor des Institute of Credit Management, South Luffenham, Leicestershire, England

Mit Finetrading haben wir auf innovativem Wege unsere Herausforderungen in der Vorfinanzierung gelöst. WCF ist uns dabei stets ein treuer Geschäftspartner gewesen. ***Diese Verlässlichkeit schätzen wir sehr!*** *Wir wünschen WCF unter dem EOS Dach eine weiterhin innovationsreiche Zukunft!*

Markus Duna, Geschäftsführer Münchner Boulevard Möbel
Josef Duna GmbH, München, Deutschland

Alles Gute zum zehnjährigen Jubiläum. EOS ist der Konkurrenz weit voraus!

Grey Hoff, Manager, Business Office, Dallas Baptist University, Dallas, TX, USA

Wir arbeiten seit fast zwei Jahren mit EOS zusammen und sind mit der Effizienz sowie mit der Flexibilität der Prozessabläufe sehr zufrieden. Die Art und Weise, ***wie EOS auf unsere individuellen Anforderungen eingeht, hat uns überzeugt.*** *Ich bin sicher, dass viele andere Kunden die gleichen Erfahrungen gemacht haben. Deshalb wünsche ich EOS, dass sich das Unternehmen binnen der nächsten zehn Jahre als einer der international führenden Finanzdienstleister etabliert.*

Stephen Lee, Geschäftsführer Leadwin Underwear Ltd., Hongkong

Ich kenne EOS – damals noch als DID – seit Beginn meiner Tätigkeit als Schuldnerberater 1987. Über die Jahre hat sich der Ruf der Inkassobranche in Deutschland sehr gewandelt; die Kooperation zwischen Inkassounternehmen und Schuldnerberatungen ist immer partnerschaftlicher geworden.

Ich schätze die Zusammenarbeit mit EOS. Wir können uns darauf verlassen, dass das gesprochene Wort genauso gilt wie das geschriebene. Wir wissen, dass EOS im Auftrag seiner Kunden agiert. Gleichzeitig haben die Mitarbeiter ein offenes Ohr für unsere Anliegen. Ich hoffe, dass die Zusammenarbeit weiterhin so kooperativ bleibt und EOS auch in Zukunft einen offenen Umgang mit Schuldnern und Partnern pflegt.

Peter Zwegat, Schuldnerberatung Dilab, Berlin, Deutschland

Zur Person:
Peter Zwegat ist staatlich anerkannter Schuldnerberater. In der Sendung des deutschen TV-Senders RTL „Raus aus den Schulden“ steht er seinen Klienten vor der Kamera mit Rat und Tat zur Seite. Seine vier Kollegen bei der Berliner Schuldnerberatung Dilab e. V. beraten Menschen, die den Überblick über ihre finanzielle Situation verloren haben. Pro Jahr zählt Dilab – 1984 als vierte staatliche Berliner Schuldnerberatung eröffnet – etwa 500 laufende Fälle und rund 450 Erstberatungen.

> EOS KUNDENEVENTS **(01)** *Natalija Zupan, Geschäftsführerin von EOS KSI Slowenien, auf einer Kundenveranstaltung im April 2008 in Ljubljana* **(02)** *Zahlreiche Gäste lauschen den Vorträgen beim Event von EOS Matrix Bulgarien, 2005* **(03)** *Austausch in entspannter Atmosphäre bei EOS Matrix Griechenland, 2008* **(04)** *EOS Payment Solutions zeigt auf dem Payment-Handelskongress 2009 Flagge* **(05)** *Valentinsempfang 2009 der EOS Health AG* **(06)** *Moderator Thomas Voigt, damals Chefredakteur des deutschen Magazins Impulse, beim Unternehmerabend zum Thema Mittelstandsfinanzierung, 2003*

IMMER IM DIALOG

EOS Kongress, Valentinsempfang oder Messestand – für die Netzwerkpflege lassen sich die EOS Unternehmen viel einfallen.

> „Nichts ist so beständig wie der Wandel." Das Motto des Fünften Internationalen EOS Kongresses im Oktober 2009 bringt zum Ausdruck, was die Finanzwirtschaft bewegt: Wechselnde Rahmenbedingungen stellen Unternehmen vor immer neue Herausforderungen. Der Bedarf an Lösungen für effizientes Forderungsmanagement und nachhaltige Liquiditätssicherung ist groß, wie sich alle zwei Jahre an den Besucherzahlen des EOS Kongresses ablesen lässt. Dieser findet seit 2001 statt und ist als Branchenforum etabliert. Neben den Fachinformationen lockten stets namhafte Auftaktsprecher wie etwa der deutsche Politiker Lothar Späth (2003) und der ehemalige FIFA-Schiedsrichter Dr. Markus Merk (2009) internationale Gäste nach Berlin. „Die Vorträge lieferten Denkanstöße für den Alltag, und die offenen Gespräche ermöglichten einen Blick hinter die Kulissen", so das Fazit der Kongressbesucherin Michaela Flemm-Seitz von der Kemmerling AG.

Außerhalb des Tagesgeschäftes ins Gespräch kommen, neue Kontakte knüpfen und Beziehungen vertiefen – viele EOS Unternehmen suchen auf Veranstaltungen den Dialog mit ihren Kunden. „Bei unseren Kundenveranstaltungen steigt die Teilnehmerzahl von Jahr zu Jahr. Dies zeigt, dass wir mit dem Konzept richtig liegen", sagt Rayna Mitkova-Todorova, Geschäftsführerin von EOS Matrix Bulgarien. In puncto Kundendialog kennt die Kreativität von EOS keine Grenzen. So testete EOS KSI Tschechien mit seinen Kunden bei exklusiven Probefahrten neue Mercedes-Modelle.

„Ein Erlebnis der sechs Sinne" – so lautete das Motto des Valentinsempfanges, den die EOS Health AG ausgerichtet hat. „In einem Parcours durchliefen zehn Gruppen verschiedene Stationen, an denen sie durch Schmecken oder Fühlen ganz unterschiedliche Aufgaben lösen konnten", erklärt Imke Hollatz, PR-Managerin der EOS Health AG. Die Idee begeisterte alle anwesenden Gäste.

Sport und Informationen

Einige EOS Unternehmen veranstalten auch Sportevents. So wie den EOS mercator >>

Cityflitzer:
Seit November 2008 gibt es bei EOS ein neues Firmenmitglied: einen Smart im EOS Look. Das praktische Stadtauto ist umweltfreundlich und wird von den EOS Mitarbeitern in Hamburg als Transportmittel für Unterlagen oder für Fahrten zu Kundenterminen genutzt.

01

02

03

04

05

06

07

08

09

>>

Cup: Dieses Golfturnier wird seit 2003 ausgetragen. Neben dem Wettkampf steht der gute Zweck im Vordergrund: EOS mercator spendet die Startgelder der Kinderklinik Moers in Deutschland.

Viele neue Kontakte

Außer bei den Kundenveranstaltungen bieten sich auf Messen gute Gelegenheiten, den Kunden und Interessenten die vielfältigen Services von EOS im zwanglosen Gespräch näherzubringen. Messebesucher können sich von EOS ein Bild machen, und umgekehrt lernt EOS seine Kunden noch besser kennen. „Durch die informelle Begegnung bekommt EOS ein Gesicht, und unsere Dienstleistungen werden greifbar“, erklärt Michael Hülsiggensen, Geschäftsführer von EOS Payment Solutions mit Sitz in Hamburg. Wie das Unternehmen für innovative Zahlungssysteme nutzt auch EOS Matrix Mazedonien / FYROM die Fachmessen zur Kontaktpflege. So konnte das Unternehmen auf der FINEXPO in Skopje die Beziehungen zu Kunden intensivieren. Und wie man durch die Teilnahme an Branchentreffs profitiert, beweist EOS KSI Deutschland: Das Unternehmen setzte 2009 beim „Mittelstandsforum Baden-Württemberg“ auf die direkte Ansprache von Finanzentscheidern – mit Erfolg. Auf dem von namhaften Banken organisierten Forum positionierte sich EOS KSI als seriöser Finanzdienstleister. <<

> EOS KUNDENEVENTS **(01)** *Etikett einer Weinflasche als Kundengeschenk von EOS Matrix Mazedonien / FYROM, 2005* **(02)** *Festliches Dinner von EOS mercator zur Feier einer langjährigen Kundenbeziehung, 2004* **(03)** *Kundenevent von EOS KSI Slowakei im Januar 2008* **(04)** *Schnupperkurs beim EOS mercator Cup 2008* **(05)** *Einladung zum Kundenevent 2008 von EOS KSI Tschechien* **(06)** *EOS VIK auf der Frankfurter Buchmesse 2007* **(07)** *Jan de Leur (†) auf dem ersten Messestand von EOS, 2000* **(08)** *Christos Savvides, als Geschäftsführer der EOS Gruppe zuständig für den Bereich Osteuropa, im Gespräch auf dem Kundenevent 2008 von EOS Matrix Griechenland* **(09)** *Die Zahnärztekasse AG als Aussteller auf den ABC Open Days im schweizerischen Dübendorf, 2009*

TATORT BERLIN

Alle zwei Jahre findet in der deutschen Hauptstadt der Internationale EOS Kongress statt. Seit 2001 ist er als Forum für den Austausch rund ums Forderungsmanagement etabliert.

01

02

03

04

05

06

07

08

> **FOTOGALERIE** **(01)** *Hans-Werner Scherer und der deutsche TV-Journalist Ulrich Wickert beim EOS Kongress 2007* **(02)** *Nach den Vorträgen ging es 2003 auf der Tanzfläche weiter* **(03)** *Hans-Werner Scherer und der ehemalige FIFA-Schiedsrichter Dr. Markus Merk auf dem EOS Kongress 2009* **(04)** *Angeregte Gespräche zwischen den Teilnehmern auf dem EOS Kongress 2003* **(05)** *Teilnehmerbetreuerinnen auf dem EOS Kongress 2009* **(06)** *Beim EOS Kongress 2007 hörten die Teilnehmer Vorträge zum Thema „Financial Services – aktuelle Fragen, aktuelle Lösungen“* **(07)** *Moderator Joachim Gutmann eröffnet den EOS Kongress 2001* **(08)** *2003 sorgten diese lustigen Hausmeister für Unterhaltung*

Am Puls der Zeit – die Leitthemen der EOS Kongresse

Jahr	Thema	Teilnehmer
2001	Die Zukunft des Forderungsmanagements	ca. 120
2003	Finanzierung sichern, Risiken managen, neue Wege gehen	ca. 120
2005	Innovative Finanzierungsstrategien und effizientes Risikomanagement	ca. 130
2007	Financial Services – aktuelle Fragen, aktuelle Lösungen	ca. 140
2009	Finanzmarkt 2009 – Nichts ist so beständig wie der Wandel	ca. 110

NICHT VON DER STANGE

Soll ein Weihnachtsgeschenk überraschen, ist Kreativität gefragt. Bei den exklusiven Präsenten von edition I solutions wissen EOS Kunden: Die sind garantiert einzigartig.

2009

Aktuelles Kalendermotiv zum Motto „Head and Heart“

> Es hat Tradition, sich bei Kunden und Geschäftspartnern mit einem kleinen Weihnachtspräsent für ein erfolgreiches Jahr zu bedanken. Dabei soll das Geschenk dem Beschenkten Freude machen und gleichzeitig zum Schenkenden passen. Dieser Herausforderung begegnet EOS mit Kreativität, die in der Kunstserie edition I solutions zum Ausdruck kommt. Ob Kalender, Kaffeebecher oder Notizblock: Seit 2001 machen künstlerisch gestaltete Produkte die Vorweihnachtszeit der EOS Kunden in aller Welt etwas bunter.

Von Künstlern für Kunden

Die Idee der Serie: Zwölf namhafte Künstler liefern ihre Interpretationen zu einem vorgegebenen Thema. 2009 etwa galt es, den ersten Teil des EOS Claims „With head and heart“ in einem Bild umzusetzen. Zwölf Illustrationen sind nun in Wand- und Tischkalendern zu sehen. „Mit der Kunstserie schenken wir etwas Einzigartiges. Das unterstreicht unseren Vertriebsansatz, für jeden Kunden stets einen individuellen Zuschnitt zu finden“, sagt Lara Flemming, Leiterin Corporate Communications und Marketing bei EOS. Die Beschenkten können sicher sein, dass es ihre limitierten Präsente nicht zu kaufen gibt. Ob am Ende jedes Bild gleich gut gefällt, lässt EOS gern offen: „Die Motive zeigen ganz unterschiedliche Gedanken zu einem Thema. Dies entspricht unserem Selbstverständnis, offen für ungewöhnliche, verschiedene Ansätze zu bleiben“, so Flemming. <<

2009

Kalender und edle Flaschenverschlüsse aus der Serie, die 2009 überarbeitet wurde

> *Mit der Kunstserie schenken wir etwas Einzigartiges.*
>
> LARA FLEMMING, LEITERIN CORPORATE COMMUNICATIONS UND MARKETING BEI EOS

2006

Farbenfrohes Frühstücksbrettchen für einen guten Tagesbeginn

Kerzenset, passend zur Vorweihnachtszeit

2004

2002

Die Geschirrserie von Rosenthal ist nicht im Handel erhältlich

2007

Notizbücher für gute Ideen

EOS IM ÜBERBLICK

EOS UND SEINE MITARBEITER

„Wir Azubis wünschen EOS zum zehnten Jubiläum alles Gute und viel Erfolg für die weiteren Jahre.“

Die Azubis, Standort Hamburg, Deutschland

„Ich wünsche EOS für viele weitere Jahre überwältigenden Erfolg und eine rasante Entwicklung. Auf dass EOS weiterhin ein hervorragender Arbeitgeber für hervorragende Mitarbeiter sei und zu den führenden Kreditmanagement-Unternehmen gehören möge!!! Hronia Polla!!!“

Giannis Stathakopoulos,
Operations Manager,
EOS Matrix, Griechenland

„Wir wünschen EOS viele weitere erfolgreiche Jahre. Möge unser Anspruch weiterhin sein, nach den Sternen zu greifen und unsere Ziele, insbesondere in Bezug auf unsere Kunden, nie aus den Augen zu verlieren.“

Team EOS Immobilienworkout,
Deutschland

„Mit Persönlichkeit und unternehmerischem Geschick hat EOS die Chancen der Öffnung zum Osten und der Globalisierung frühzeitig erkannt und neue Märkte erschlossen. Ich wünsche EOS auch weiterhin das richtige Gespür für den Markt, damit ich in einem weiteren Jahrzehnt noch einmal so herzlich gratulieren kann, wie ich es heute tue.“

Kristin Kürsten,
Qualitätsmanagement,
EOS Deutschland, Deutschland

Kostbar: Gemeinsame Werte machen EOS stark

EIN GESCHÄTZTES GUT

Werte sind ein wichtiger Bestandteil des Selbstverständnisses von EOS. Sie bilden das Fundament einer nachhaltig erfolgreichen Unternehmensstrategie.

> Wenn EOS eine Person wäre, wie würde man sie beschreiben? Ist sie der moderne Typ oder eher altmodisch, wirkt sie offen oder zugeknöpft? Kann man ihr vertrauen, welche Wertvorstellungen vertritt sie? Wer auf einen potenziellen neuen Geschäftspartner trifft, möchte sich ein umfassendes Bild von seinem Gegenüber machen können und sichergehen, dass man zueinander passt. Besonders im Finanzdienstleistungsmarkt, der durch harte Zahlen und Fakten gekennzeichnet ist, ist das Vertrauen in die Kompetenzen und in die Seriosität des Dienstleisters für eine dauerhafte Zusammenarbeit unerlässlich.

Natürlich sind äußere Merkmale wie die Bandbreite des Services, transparente Prozesse und wettbewerbsfähige Preise zentrale Kriterien bei der Auswahl. Eine heute jedoch beinahe ebenso wichtige Rolle spielen die Werte eines Unternehmens als Profilierungsmerkmal. „Der Kunde wird einen Dienstleister vorziehen, der ähnliche Werte vertritt wie er selbst, ob als Unternehmer oder als Mensch, denn auf diesen kann er sich verlassen“, sagt Hans-Werner Scherer, der Vorsitzende der Geschäftsführung von EOS.

Ein klar positioniertes Unternehmen, in dem wohlbegründete ethisch-moralische Grundsätze und genau definierte Werte wesentliche Elemente der Firmenkultur darstellen, erlangt langfristig mehr Erfolg. EOS hat in den vergangenen Jahren viel Energie darin investiert, sich mit den eigenen Werten auseinanderzusetzen und eine einheitliche Markenidentität für die Gruppe zu etablieren. Dies war auch vor dem Hintergrund der starken Veränderung, die EOS seit einigen Jahren durchmacht, ein wichtiger Schritt: Das Unternehmen ist internationaler, größer und im Angebot vielseitiger geworden. Eine äußerliche Veränderung, die alle Kunden und Mitarbeiter mitbekommen. „Uns war es daher sehr wichtig, dass der Kern der Wertvorstellungen bei EOS – man kann es auch die Persönlichkeit unseres Unternehmens nennen – in allen Kulturen und Märkten verstanden, erhalten und gelebt wird“, sagt Hans-Werner Scherer.

Verhaltenskodex zur Orientierung

EOS steht für Kompetenz durch Konsequenz und Sympathie. Diese beiden Begriffe beschreiben das Versprechen an die Partner und bilden das Zentrum der Markenidentität. Was sie in der täglichen Praxis bedeuten, wie EOS arbeitet und wie die EOS Mitarbeiter Kunden, Kollegen und Schuldnern gegenübertreten, wird in einem Markenbuch erläutert. Dieses Buch wurde exklusiv für alle Mitarbeiter in 14 Landessprachen produziert und 2008 >>

Code of Conduct:
Im EOS Verhaltenskodex – er ist Teil des EOS Markenbuches – sind die EOS Werte und Verhaltensrichtlinien definiert. Für Kunden gibt es den Kodex als separates Heft oder im Internet als Download unter: www.eos-solutions.com/de/eos-gruppe/werte/

>>
verteilt. Es erklärt die Bedeutung der Werte für die Gruppe und enthält den Verhaltenskodex, den für alle verbindlichen Leitfaden für die Arbeit der mehr als 4000 Kolleginnen und Kollegen.

Nicht ohne die Mitarbeiter
Doch diese Verbindlichkeit braucht Konsens: Die Mitarbeiter müssen sich mit den definierten Werten identifizieren; schließlich formt jeder Einzelne durch sein Handeln die Kultur bei EOS entscheidend mit. Aus diesem Grund verlief die Formulierung und Implementierung der Werte in einem Prozess, der sich in einzelnen Schritten von der Managementebene über die Führungskräfte in den EOS Ländern bis zum einzelnen Mitarbeiter erstreckte. So diskutierten rund 70 Geschäftsführer und Bereichsleiter aller EOS Unternehmen bei einem internationalen Führungskräfte-Workshop in der Hamburger Zentrale über die Werte, deren Bedeutung und kulturelle Auslegung. Die Ergebnisse dieser Diskussion flossen in das Markenbuch ein. In lokalen Workshops wurden die Werte dann weitergetragen und besprochen – jeder Mitarbeiter sollte die Möglichkeit erhalten, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen.

> *Der Kern von EOS soll in allen Märkten und Kulturen verstanden, erhalten und gelebt werden.*
>
> HANS-WERNER SCHERER

Das Markenbuch als zentrales Dokument spiegelt die Auseinandersetzung mit Werten bei EOS wider. Diese sind in der Geschichte der Gruppe tief verwurzelt. Schon die Keimzelle der Gruppe, der Deutsche Inkasso-Dienst, war überzeugt davon, dass erfolgreiches Inkasso stark vom zielorientierten und kooperativen Umgang mit dem Schuldner abhängt. Alle heutigen EOS Unternehmen teilen diese Sicht.

Mit Herz und Verstand
Der Kern des Unternehmens ist schriftlich klar definiert. Die Werte „offen“, „vielseitig“, „zielstrebig“ und „verlässlich“ repräsentieren die beiden Seiten der EOS Gruppe: EOS ist konsequent und sympathisch; das heißt, die Mitarbeiter vertreten die Interessen der Kunden konsequent, finden faire Lösungen mit dem Schuldner und gehen respektvoll miteinander um. Alles zusammen führt zum Erfolg. Diese Überzeugung wurde 2008 für alle Welt sichtbar in einen Claim, einen Unternehmensleitsatz, gegossen. Er lautet „EOS. With head and heart in finance“ und drückt das Selbstverständnis der Gruppe einfach und klar aus.

Ein bisheriger Höhepunkt in einem langen und lohnenden Prozess: Das Thema ist dank der kontinuierlichen Auseinandersetzung in den vergangenen Jahren heute präsenter denn je. <<

> *Werte sind die Basis einer lebendigen Unternehmenskultur.*
>
> INA BAUM ist Geschäftsführerin der Kultur- und Managementberatung ITIM Germany

INTERVIEW

Unternehmenskultur ist heute ein wichtiges Differenzierungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern. Was macht diese Kultur aus?
Ein wesentlicher Aspekt ist die Identifikation der Mitarbeiter mit den Unternehmenswerten. Wer weiß und teilt, wofür sein Arbeitgeber steht, fühlt sich mit ihm verbunden und setzt sich gern für sein Unternehmen ein.

Einen einheitlichen Wertekodex in einem internationalen Konzern zu etablieren, ist nicht leicht. Worauf kommt es dabei an?
Die kulturellen Differenzen zwischen den Mitarbeitern werden oft unterschätzt, weil man glaubt, die Kultur des anderen zu kennen. Deshalb ist es sinnvoll, diese Unterschiede zu thematisieren und sich mit ihnen auseinanderzusetzen. Ein Wertekanon funktioniert nur, wenn in ihm die verschiedenen kulturellen Einflüsse berücksichtigt sind.

Wie sensibilisiert man Mitarbeiter für die Verhaltenskodizes?
Der Prozess beginnt bei der Geschäftsführung. Ihre Aufgabe ist es, in einem Verhaltenskodex festzuhalten, für welche Werte das Unternehmen steht und von welchen Werten das Handeln der Mitarbeiter geprägt sein soll. Was dann folgen muss, ist der Austausch mit den Mitarbeitern. Eine Broschüre herauszugeben, reicht nicht. Es ist wichtig, dass die Werte in der Praxis gelebt werden. Durch den regelmäßigen Dialog, in dem das Werteverständnis anhand konkreter Beispiele besprochen wird, entwickelt die Belegschaft eine Sensibilität für die Leitwerte des Unternehmens.

KLARE POSITIONEN

Die Werte stehen bei EOS nicht nur auf dem Papier: Die EOS Mitarbeiter fühlen sich den ethischen Grundsätzen des Unternehmens verpflichtet.

Unser Unternehmen wurde im September 2009 ein Teil von EOS. Von Anfang an hatten die EOS Werte eine wichtige Signalwirkung für die Belegschaft, die dem neuen Projekt dadurch hoffnungsvoll entgegensah. Seitdem haben wir uns vorgenommen, die Stabilität, die Zuverlässigkeit und die starke Positionierung der internationalen Marke EOS auf den spanischen Markt zu übertragen und auch in unserem Unternehmen zu leben.

Manuel Gonzáles, Geschäftsführer, Acción de Cobro, Spanien

Bei EOS KSI Rumänien leben wir die Werte jederzeit – egal ob wir über die tägliche Arbeit oder über besondere Projekte sprechen. Ich bin überzeugt davon, dass die EOS Werte auch für jedes andere Geschäftsfeld als Erfolgsfaktor Gültigkeit haben. Sie bilden die Basis einer engen und langen Geschäftsbeziehung zwischen Dienstleister und Kunden. Nicht umsonst sind wir seit 2004 Marktführer in Rumänien.

Elena Chiperi, Junior-Marketing-Spezialist, EOS KSI, Rumänien

Die EOS Werte sind definiert. Jetzt geht es darum, sie jeden Tag ein bisschen mehr zu leben, sodass sie uns im täglichen Miteinander in Fleisch und Blut übergehen. Das wird zwar noch etwas dauern, aber das Ergebnis wird der anfänglichen Mühe wert sein.

Petra Finnern, stellv. Betriebsratsvorsitzende, EOS Deutschland

Sympathie

Die EOS Werte werden bei unserer täglichen Arbeit gelebt und eingesetzt. Auch wenn man noch nicht so lange dabei ist, wird man von EOS gut aufgenommen. Wir sind stets bemüht, das Beste für EOS zu erreichen, ohne dabei unfair oder unfreundlich zu den Kunden oder Mandanten zu werden.

Melanie Röll, Sachbearbeiterin, EOS SID, Deutschland

Verlässlichkeit

Verlässlichkeit ist bei EOS ein zentraler Wert. Sie ist die Basis eines partnerschaftlichen Austausches mit den Kunden und damit einer dauerhaften und fruchtbaren Zusammenarbeit. Ich bin überzeugt davon, dass in Zeiten erhöhten Wettbewerbsdruckes nur verlässliche Unternehmen Erfolg haben werden.

Vladimir Vachel, Geschäftsführer, EOS KSI, Tschechische Republik

Konsequenz

Wer in der Finanzbranche tätig ist, dem sollten Verlässlichkeit und Vielseitigkeit zwei wichtige Prinzipien sein. Als ich bei EOS Asia anfing, halfen mir die Werte nicht nur dabei, meine Karriere in einem mir neuen Geschäftsfeld weiterzuentwickeln, sondern auch dabei, das Geschäft für EOS in Asien aufzubauen. Ich bin überzeugt davon, dass die Werte universelle Gültigkeit haben.

Danny Yuen, Geschäftsführer, EOS Solutions Asia, Hongkong

Zielstrebigkeit

Bei einem so jungen EOS Unternehmen wie LLC EOS lässt sich sehr gut verfolgen, wie die Adaption des Wertekodex in der täglichen Praxis voranschreitet. Anfangs nimmt man die Werte wie ein Baby als von den Eltern gegeben einfach hin, später lebt man sie bewusst in der täglichen Arbeit. Werte öffnen in der Kooperation mit neuen Mandanten Türen. Aber auch auf das Arbeitsklima bei EOS haben Werte einen positiven Einfluss. Darum habe ich daran mitgearbeitet, dass die EOS Werte im Umgang mit Kollegen gelebt werden: indem ich sie selber lebe.

Svetlana Goryunova,
Marketing- und Salesmanager, EOS, Russland

Seit EOS den Wertekodex eingeführt hat, hat sich die Identifikation der Kollegen mit dem Unternehmen spürbar erhöht. Das Gemeinschaftsgefühl, das daraus entstanden ist, wird auch von unseren Kunden positiv wahrgenommen.

Regina Lämmel, Teamleitung Inkasso,
EOS DID, Deutschland

Offenheit

Als Dienstleister im Bereich Debitorenmanagement und Inkasso begegnen wir vielen Klischees und Vorurteilen. Für uns ist es daher absolut wichtig, durch die EOS Werte deutlich zu signalisieren: Wir übernehmen Verantwortung! Verantwortung gegenüber unseren Kunden, gegenüber unseren Mitarbeitern und natürlich gegenüber unseren Schuldnern.

Stephan Steinmetz, Geschäftsführer, EOS ÖID, Österreich

Vielseitigkeit

Als Unternehmen mit zwei Mutterkonzernen haben wir zwei Wertekodizes, mit denen wir uns schnell identifizieren konnten. Die Werte sind essenzielle Grundlage dafür, einen guten Job zu machen, sei es auf persönlicher oder geschäftlicher Ebene. Gerade in unserer Branche ist es wichtig, Menschlichkeit zu zeigen.

Fiona van der Bossche, Leiterin Inkasso, EOS Aremas, Belgien

In Schillers Wallenstein heißt es: „Ein jeder gibt den Wert sich selbst.“ Nur gelebte Werte sind auch wirklich werthaltig. Danach streben wir täglich auf allen Ebenen unseres Unternehmens, in der Erfüllung unserer Funktionen und Aufgaben.

Thomas Kast,
Geschäftsführer, Zahnärztekasse ZAK AG, Schweiz

Wir bei EOS CCA verwenden die Werte als Anleitung dazu, alle unsere Ziele und die unserer Kunden zu erreichen. Diese Ziele verfolgen wir hier bei EOS CCA kontinuierlich. Damit werden wir den Anforderungen und Erwartungen unserer Kunden gerecht, und zwar derart, dass sich darin die Werte, die Vision und die Mission des Unternehmens widerspiegeln. Dies hat dazu geführt, dass wir herausragende Ergebnisse haben und gleichzeitig Wachstumschancen und berufliche Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erreichen.

Candice O'Brien, stellv. Geschäftsführerin und
Leiterin Geschäftsentwicklung, EOS CCA, USA

Die EOS Werte bilden das Fundament unserer täglichen Arbeit. Sie sind nicht nur Handlungsmaxime in der Praxis, sondern zugleich ein Versprechen gegenüber unseren Kunden. Was diese von EOS erwarten dürfen: Professionalität auf allen Unternehmensebenen und eine Verbindlichkeit, die bei allen kulturellen Unterschieden innerhalb der Gruppe gelebt wird.

Stojce Taskov, Geschäftsführer, EOS Matrix,
Mazedonien, Serbien, Kroatien und Bosnien

Für mich als Verkäufer ist es wichtig, für ein Unternehmen tätig zu sein, das sich als verlässlicher Partner der Kunden versteht. Bei EOS KSI zählt der langfristige Kundenerfolg, der immer auch ein Erfolg für EOS ist, mehr als eine kurzfristige Gewinnoptimierung. Unsere Arbeit ist geprägt von einem qualitativ hohen Niveau gepaart mit permanenten Innovationen. Dies schätzen unsere Kunden. Hinzu kommt die hohe Wertschätzung für jeden einzelnen Mitarbeiter.

Thomas Klingenfuß, Leiter Vertrieb,
EOS KSI, Deutschland

EOS GANZ PERSÖNLICH

Die EOS Gruppe beschäftigt mehr als 4000 qualifizierte Mitarbeiter. Durch ihren Einsatz geben sie dem Unternehmen mit seinen unterschiedlichen Dienstleistungen ein Profil.

Hand in Hand: Die EOS Gruppe wird durch ihre Mitarbeiter geprägt

MARKETING-INFORMATIONEN

Name: Daniel Neuhaus
Tätigkeit: Geschäftsführung
Unternehmen: xplosion interactive GmbH
Standort: Hamburg

Erfolg durch Überzeugungskraft

Daniel Neuhaus hat einen Traum. Er will in Deutschland das Konzept des Retargeting – der gezielten Onlinewerbung nach Interessenschwerpunkten – etablieren. Als Geschäftsführer der 2008 gegründeten EOS Tochter xplosion interactive GmbH arbeitet er täglich daran, diesem Ziel ein Stück näher zu kommen. Neuhaus ist dabei in allen Bereichen des Start-up-Unternehmens tätig: Er akquiriert Kunden, baut die Technik auf und motiviert die Mitarbeiter. „Der Glaube an das eigene Geschäftsmodell ist groß, aber dennoch ist es eine Herkules-Aufgabe." Diese meistert er mit viel Leidenschaft: „Inzwischen habe ich rund 60 Prozent der relevanten Unternehmen der Otto Group von der Idee überzeugt und sie als Kunden gewonnen", sagt Neuhaus.

MARKETING-INFORMATIONEN

Name: Kirsten Borgelt
Tätigkeit: Vertrieb
Unternehmen: EOS Information Services GmbH
Standort: Hamburg

Individuelle Kundenansprache

„Jeder unserer Kunden hat spezifische Zielgruppen, die es zu finden gilt. Somit ist die größte Herausforderung im Bereich Marketing-Informationen, jedem Kunden eine individuelle Lösung anbieten zu können", sagt Kirsten Borgelt. Als Vertriebsexpertin vermittelt sie den Kunden von EOS genau die Services, mithilfe derer es gelingt, neue Kunden zu gewinnen, Bestandskunden zu halten und alte Kundenbestände zu reaktivieren. Ein wichtiges Hilfsmittel ihrer Arbeit ist die EOS MarketBase, eine der größten Marketingdatenbanken Deutschlands, die alle rechtlichen Anforderungen des Datenschutzes erfüllt. „Benötigen unsere Kunden etwa Marketingadressen oder Unterstützung bei der direkten Kundenkommunikation – bei uns sind sie goldrichtig", betont Kirsten Borgelt.

>>

Stetiges Wachstum:
Nahezu 50 Prozent der EOS Mitarbeiter sind in Deutschland beschäftigt. Doch im europäischen Ausland verzeichnet die EOS Gruppe bei der Mitarbeiterzahl die stärksten Zuwachsraten.

RISIKO-INFORMATIONEN

Name: Vasil Vasilev
Tätigkeit: Kreditanalyse
Unternehmen: EOS Matrix OOD
Standort: Sofia

Auf dem Prüfstand

Bevor Kunden von EOS Matrix Bulgarien mit neuen Partnern ins Geschäft kommen, ist die Arbeit von Vasil Vasilev gefragt. Als Wirtschaftsanalyst stellt er für die EOS Kunden Dossiers zur Bonität der potenziellen Geschäftspartner auf dem bulgarischen Markt zusammen. Diese Hintergrundinformationen beinhalten sowohl allgemeine Unternehmensdaten als auch Finanzkennzahlen zur wirtschaftlichen Lage der jeweiligen Firma. „Anhand dieser Auskünfte können unsere Kunden die Kreditwürdigkeit ihrer möglichen Geschäftspartner einschätzen und so Zahlungsausfälle minimieren“, sagt der 25-Jährige. „Die Infos sind für unsere Kunden als Frühwarnsystem sehr wertvoll, da sie Geschäfte planbarer machen.“

STABSAUFGABEN

Name: Melanie Roche
Tätigkeit: Marketing Risiko-Informationen
Unternehmen: EOS Schweiz
Standort: Rümlang

Strategie gefragt

Das Stellenprofil von Melanie Roche ist weit gefasst: Mailings konzipieren, Marktsegmentprojekte entwickeln, Kundenevents und Roadshows planen – als Verantwortliche für den gesamten Marketing- und Kommunikationsbereich von EOS Schweiz erfüllt sie wichtige strategische Aufgaben. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Dienstleistung „Risiko-Informationen“. „Wir sind Vertriebspartner der Deltavista AG, die den größten Risikodatenpool in der Schweiz betreibt.“ Über einen Datenpool können Firmen Zahlungs- und Adressinformationen zu ihren Kunden abrufen und so die Bonität einer neuen Kundenbeziehung prüfen, einen Kreditentscheid treffen oder adäquate Schritte im Mahn- und Inkassowesen einleiten.

MODULARES FACTORING

Name: Nicole Wiora
Tätigkeit: Vertriebsleiterin
Unternehmen: EOS Health AG
Standort: Hamburg

Aufbau einer Premiummarke

Als Vertriebsleiterin agiert Nicole Wiora seit 2006 an einer wichtigen Schnittstelle der EOS Health AG. Das Unternehmen ist spezialisiert auf das Modulare Factoring, also auf die Abwicklung, den Ankauf und die Vorfinanzierung der Forderungen von Arztpraxen und Laboren. Nicole Wioras Aufgabe ist es, gemeinsam mit den Vertriebsmitarbeitern Strategien zur Erreichung der Ziele der EOS Health AG – Wachstum, Aufbau einer Premiummarke und die Marktführerschaft in der Branche – zu entwickeln. Neukundengewinnung und Pflege der Bestandskunden stehen im Fokus ihrer Arbeit. Aber auch der Ausbau des Vertriebsteams auf nunmehr 14 Mitarbeiter gehörte zuletzt dazu.

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Andreas Behmenburg
Tätigkeit: Regionalleiter
Unternehmen: EOS Deutschland GmbH
Standort: Raum Süddeutschland

Viel unterwegs

Das Auto ist das zweite Büro von Andreas Behmenburg. Im Jahr legt er rund 70.000 Kilometer zurück, um seine rund 100 Kunden im Forderungsmanagement vor Ort zu betreuen und um Interessenten zu besuchen. Als Regionalleiter Süd von EOS Deutschland ist er seit 2005 für die Betreuung von Unternehmen mit Privatkunden zuständig. „Der persönliche Kontakt zu unseren Mandanten ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Kundenzufriedenheit“, sagt Vertriebler Behmenburg. Was ihm an seiner Arbeit besonderen Spaß macht: durch die überzeugenden EOS Dienstleistungen neue Kunden zu gewinnen.

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Nick Panetsos
Tätigkeit: Callcenter-Agent
Unternehmen: EOS CCA
Standort: Norwell

Langjährige Erfahrung

Nick Panetsos ist ein alter Hase im Inkassogeschäft. Seit zwölf Jahren kümmert er sich als Callcenter-Agent bei EOS CCA um das gewerbliche Inkasso bei kleinen bis großen Unternehmen. „Bevor ich bei CCA anfing, hatte ich eine eigene Firma. Diese Erfahrung kommt mir bei der Bearbeitung der Inkassofälle zugute“, sagt er. So erstellt er zum Beispiel Rückzahlungspläne, die auf die Cashflow-Probleme des betroffenen Unternehmens abgestimmt sind. Schließlich soll diesem trotz Zahlungsschwierigkeiten Liquidität erhalten bleiben.

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Katja Muhs
Tätigkeit: Inkassoabwicklung
Unternehmen: EOS DID
Standort: Hamburg

Direkter Draht

Als Sachbearbeiterin in der Inkassoabwicklung hat Katja Muhs direkten Kontakt zu den Schuldnern. „Zum größten Teil sind die Menschen am Telefon gefasst, aber einige werden auch schon mal beleidigend“, sagt sie. Dann helfe die Unterstützung durch das tolle Team. Zu ihren Aufgaben gehört neben den Telefonaten mit Schuldnern auch Verwaltungsarbeit, etwa die Bearbeitung von Prozessakten: Sich neue Urteile zu kniffligen Inkassofällen anzusehen und die betreffenden Schuldnerkonten entsprechend zu korrigieren oder anzupassen, macht ihr besonders viel Spaß.

>>

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Nicole Stechhammer
Tätigkeit: Abwicklungskoordinatorin
Unternehmen: EOS Deutschland GmbH
Standort: Hamburg

Vielseitige Aufgaben
Was Nicole Stechhammer an ihrer Arbeit besonders mag? „Den stetigen Wandel der EOS Inkassowelt prozessual zu begleiten und aktiv mitzugestalten“, sagt die 37-Jährige, die ihre EOS Karriere 1991 mit einer Ausbildung beim DID begann und die seit August 2009 für EOS Deutschland als Abwicklungskoordinatorin tätig ist. Dort vermittelt sie zum Beispiel in den EOS Unternehmen Fachwissen zum Thema automatisiertes gerichtliches Mahnverfahren, entwickelt EDV-Lösungen für bestehende und neue Inkassoabläufe und koordiniert die Stichproben für anstehende Forderungskäufe.

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Sake Helder
Tätigkeit: Außendienstleiter
Unternehmen: EOS Nederland B.V.
Standort: Tilburg

Verbindlich im Ton
Sake Helder ist Außendienstler aus Leidenschaft – und seine Erfahrung gibt er gern an jüngere Kollegen weiter. An drei von fünf Tagen betreut er die niederländischen Außendienstmitarbeiter und besucht selbst Schuldner. Die anderen beiden Tage verbringt er mit strategischer Planung, mit internen Besprechungen oder mit Schulungen von Kollegen im Büro. „Aber einen typischen Arbeitstag gibt es bei mir nicht“, sagt der 62-Jährige. Sake Helder versteht sich als Partner der Schuldner, sucht gemeinsam mit ihnen nach Lösungen. Sein Motto dabei: „Hart in der Sache, verbindlich im Ton.“

FORDERUNGSMANAGEMENT

Name: Carsten Petersen
Tätigkeit: Anwendungsentwickler
Unternehmen: EOS IT Services GmbH
Standort: Hamburg

Hokuspokus Fidibus
Zauberei steckt nicht dahinter, wenn Anwendungsentwickler Carsten Petersen seiner Tätigkeit nachgeht. Trotzdem ist es für Nichtinformatiker schwierig zu verstehen, wie genau die Inkassosysteme bei EOS am Laufen gehalten werden. Dafür ist Carsten Petersen zuständig. Er wartet und entwickelt die Programme Fidibus und Kasys. Der Schwerpunkt liegt dabei unter anderem auf den Bereichen Personenverknüpfung oder Adressermittlung. Zudem pflegt er die SCORE-Datenbank, die zur Erkennung von mehrfach erfassten Personen in Fidibus dient. „Die steigende Komplexität der Kundenwünsche und die wachsenden Datenmengen erfordern eine stetige Weiterentwicklung“, sagt Petersen.

PAYMENT SERVICES

Name: Balduin Müller-Platz
Tätigkeit: Produktmanagement
Unternehmen: EOS Payment Solutions GmbH
Standort: Hamburg

Zwischen Produkt und Kunde
Bei Balduin Müller-Platz laufen die Fäden zusammen. Als Produktmanager bei EOS Payment Solutions, einem Anbieter von Dienstleistungen zur Zahlungsabwicklung im Versandhandel und im E-Commerce, ist er ein Bindeglied zwischen der Unternehmensleitung, der Produktentwicklung, dem Vertrieb und der technischen Kundenbetreuung. „Aus den Wünschen unserer Kunden und auf Basis von Marktbeobachtung entwickeln wir unsere Lösungen“, sagt Müller-Platz. Er plant Projekte, betreut die Entwicklung und Einführung von Zahlsystemen und koordiniert Produktschulungen für Mitarbeiter und Kunden.

STABSAUFGABEN

Name: Evita Karterouli
Tätigkeit: Assistenz der Geschäftsführung
Unternehmen: EOS Matrix S.A.
Standort: Athen

Bestens organisiert
Perfektes Zeitmanagement gehört zu den Hauptaufgaben von Evita Karterouli. Als Assistentin des Mitgliedes des EOS Boards Christos Savvides und des Geschäftsführers Lysandros Tsakiridis ist sie für die Terminplanung der griechischen Geschäftsführer verantwortlich. Die 28-Jährige koordiniert Meetings und kümmert sich um die Buchung von Geschäftsreisen. Täglich gibt es unvorhergesehene Dinge, auf die sie schnell reagieren und für die sie eine Lösung finden muss: „Kein Tag ist wie der andere – gerade diese Herausforderung macht mir Spaß“, sagt die Athenerin. Ein zusätzlicher Termin, eine dringend benötigte Präsentation – Evita Karterouli behält immer die Übersicht.

STABSAUFGABEN

Name: Rolf Steenbock
Tätigkeit: Bereichsleitung EOS Divisionmanagement Westeuropa
Unternehmen: KG EOS Holding GmbH & Co
Standort: Hamburg

Auf einem Nenner
1989 fing Rolf Steenbock als Controller beim Deutschen Inkasso-Dienst an. Seit 2005 ist er bei EOS als Bereichsleiter für das Divisionmanagement Westeuropa zuständig. Über seine Abteilung werden die jeweiligen Unternehmensstrategien der Konzernfirmen in Westeuropa und der Holding auf einen Nenner gebracht. „Meine Aufgaben umfassen unter anderem die Analyse und Bewertung der Geschäftsentwicklung der Tochterunternehmen, die Begleitung der Jahresabschlussprüfungsprozesse und die Optimierung von Mahnabläufen. Darüber hinaus unterstützen wir die Entwicklung von Inkassosoftware, durch die sich das Ergebnis der Firmen signifikant verbessert“, sagt Steenbock. >>

STABSAUFGABEN

Name: Julia Samtleben
Tätigkeit: Legal Department
Unternehmen: EOS Deutschland GmbH
Standort: Hamburg

Spannende Verhandlungen

Seit 2008 arbeitet Julia Samtleben als juristische Referentin im Legal Department und kümmert sich dort um die Verträge fast aller deutschen EOS Unternehmen. Sie und ihre Kolleginnen erstellen und prüfen Forderungskauf-, Inkassotreuhand- sowie Dienstleistungsverträge. Außerdem schreiben die EOS Rechtsexpertinnen Gutachten und Stellungnahmen zu juristischen Problemen, die EOS betreffen, und beraten die EOS Inkassoabwicklung bei Rechtsfragen und Beschwerdefällen. „Zu den Herausforderungen meiner Tätigkeit gehören die spannenden Vertragsverhandlungen, das Arbeiten unter Zeitdruck und vor allem die Möglichkeit, die junge Abteilung von Anfang an mit aufzubauen“, sagt die 29-Jährige.

STABSAUFGABEN

Name: Bilyana Dimitrova
Tätigkeit: Interne Kommunikation
Unternehmen: EOS Matrix OOD
Standort: Sofia

Stets gut informiert

Eine Kommunikationsabteilung im klassischen Sinne gibt es bei EOS Matrix Bulgarien nicht. „Anfangs war mein Aufgabenbereich rein projektbezogen. Im Wesentlichen ging es darum, für einen optimalen Informationsfluss zwischen der Geschäftsführung, den jeweiligen Direktionen, den einzelnen Abteilungen und den Mitarbeitern unseres Unternehmens zu sorgen“, sagt Bilyana Dimitrova. Heute erfüllt sie sowohl diese als auch andere Aufgaben, die in der internen als auch in der externen Kommunikation von EOS Matrix Bulgarien anfallen. Dazu gehören zum Beispiel die Vorbereitung interner Rundschreiben oder die Planung von Kundenveranstaltungen und Events.

STABSAUFGABEN

Name: Harald Kümmerling
Tätigkeit: Archiv
Unternehmen: EOS Deutschland GmbH
Standort: Hamburg

Lückenlose Dokumentation

Ob Dokumentenrecherche für die Buchhaltung oder die Beschaffung älterer Infos zu einem Schuldner, die ein Sachbearbeiter anfordert – Harald Kümmerling weiß, wo die Akten liegen. Der 59-Jährige kennt sich aus in den 60.000 Regalmetern, die sich auf rund 7500 Quadratmeter im EOS Archiv in Hamburg verteilen. Kein Wunder, war er doch an dessen Aufbau beteiligt: „Ich bin seit 1986 im Unternehmen. Da bekommt man einen guten Überblick“, sagt er. Das Archiv beherbergt alle erledigten Fälle und Unterlagen, die der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist unterliegen. Kümmerlings Erfahrung ist für die Archivkollegen viel wert, aber auch für Anfragen aus den deutschen EOS Unternehmen ist er erster Ansprechpartner.

STABSAUFGABEN

Name: Viktor Kondás
Tätigkeit: Risikomanagement
Unternehmen: EOS Faktor AG
Standort: Budapest

Pakete voller Chancen

Viktor Kondás startete seine Karriere bei EOS KSI Ungarn in der Inkassoabwicklung und wechselte 2009 zur EOS Faktor AG, die auf den Ankauf von Forderungspaketen spezialisiert ist. Als Risikomanager prüft Kondás Portfolios, die EOS zum Kauf angeboten werden. Um die Chancen einer Realisierung der Forderungen zu ermitteln, ist seine präzise Analyse gefragt. „Auf Basis von Branchendaten und durch den Vergleich mit anderen Forderungspaketen erstelle ich Preiskalkulationen. Dabei ermittele ich, welche Erträge die Portfolios mittel- und langfristig bringen“, sagt der 26-Jährige. Darüber hinaus überwacht er die aus den Käufen resultierenden Abläufe und Zahlungseingänge im Forderungsmanagement.

STABSAUFGABEN

Name: Matthias Wagner
Tätigkeit: Qualitätsmanagement
Unternehmen: EOS KSI Deutschland GmbH
Standort: Bad Rappenau

Optimierte Prozesse

Die Hauptaufgabe von Matthias Wagner ist, das Qualitätsmanagementsystem bei EOS KSI nachhaltig zu implementieren, den kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu unterstützen und immer wieder anzuregen. Schließlich steht und fällt die Qualität einer Dienstleistung mit dem persönlichen Engagement der Mitarbeiter. Als Qualitätsmanager stellt er sicher, dass die Anforderungen der Norm für Qualitätsmanagement, EN ISO 9001, korrekt umgesetzt und formal eingehalten werden. „Zudem ist es dabei wichtig, die Kolleginnen und Kollegen für ihren persönlichen Einfluss auf die Dienstleistungsqualität zu sensibilisieren und ihnen durch verbindliche Rahmenbedingungen eigenverantwortliches Handeln zu erleichtern“, sagt der 42-Jährige.

STABSAUFGABEN

Name: Helga Gustke
Tätigkeit: Datenschutzbeauftragte
Unternehmen: KG EOS Holding GmbH & Co
Standort: Hamburg

Alles im Blick

Ein zentrales Anliegen von EOS ist der Schutz der sensiblen Kunden- und Schuldnerdaten. Die Datenschutzbeauftragte Helga Gustke betreut die deutschen EOS Unternehmen und hat in ihrer Funktion ein uneingeschränktes Informations- und Zutrittsrecht bei allen Datenschutzangelegenheiten. Sie sorgt dafür, dass die gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes in den deutschen EOS Unternehmen umgesetzt und eingehalten werden. „Meine Arbeit ist sehr abwechslungsreich“, sagt Gustke. So führt sie zum Beispiel Mitarbeiterschulungen durch und überprüft, ob die EDV-Systeme den gesetzlichen Richtlinien entsprechen.

<<

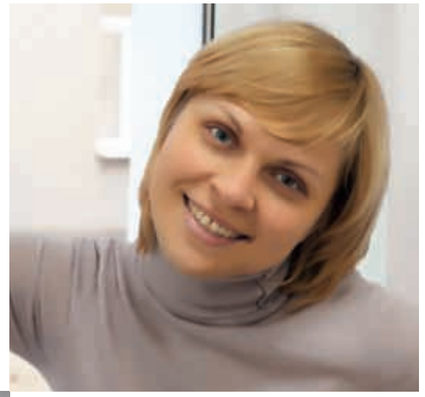
EOS IN DEN MEDIEN

„Lob und Preis und Ehre der stolzen Firma, die so lange besteht!
Wir wünschen ihr,
dass sich der Umsatz mehre,
dass sich ihr alles stets zum Besten kehre
und dass das Glück ihr zur Seite stehe.“

Abteilung EO IT PH,
EOS IT Services, Deutschland

„Möge EOS weiterhin mit dem Herzen handeln und dabei stets mit elterlicher Strenge. From Russia with love.“

Svetlana Goryunova,
Marketing and Sales Manager,
EOS Russland



„Wir wünschen EOS stets eine Handbreit Wasser unter dem Kiel und allzeit gute Fahrt!“

Team EOS VIK, Deutschland

„Ich wünsche EOS zum zehnten Geburtstag alles Gute und hoffe, dass die weiteren Jahre genauso erfolgreich sind, wie sie es bisher waren. Besonders freue ich mich darüber, dass ich als Mitarbeiter der ersten Stunde, wie viele andere auch, aktiv zu diesem Erfolg beitragen konnte und auch (hoffentlich) zukünftig werde.“

Christian Borchert,
Accountant Corporate Finance and Accounting,
EOS Holding, Deutschland

PRESSESPIEGEL

In den vergangenen Jahren berichteten die Medien im Zusammenhang mit EOS über die Themen Inkasso und Finanzdienstleistung.

>>> 24.03.2006

Handelsblatt

Zum klassischen Kredit gibt es inzwischen viele Alternativen

Bei der Finanzierung müssen Mittelständler alle Register ziehen

HANS-WERNER SCHERER Ihre Finanzierungsquelle Nummer eins sprudelt nur noch wenig, klagen viele Mittelständler. Einerseits verfolgen die Banken generell eine restriktivere Kreditpolitik, andererseits bestimmt die Bonität eines Unternehmens zunehmend den Kreditpreis. Die Ursache für diese Situation reduzieren viele auf Basel II. Die neuen Eigenkapitalvorschriften für Banken sind aber nur der Anlass für die ohnehin fällige Reform der mittelständischen Finanzierungsgewohnheiten: Eine Anpassung der im internationalen Vergleich durchschnittlich niedrigen Eigenkapitalquote des deutschen Mittelstands ist von Nöten. [...]

Doch gerade mittelständische Unternehmen, die in der Regel über keinen Zugang zum Kapitalmarkt oder Private Equity verfügen, scheinen das vielfältige Angebot an Finanzierungslösungen häufig nicht ausreichend in Betracht zu ziehen. [...] Dabei können Mezzanine-Finanzierungen in Form von stillen Beteiligungen, Nachrangdarlehen oder Genussscheinen eine Alternative zu fremden Eigenkapitalgebern darstellen, ohne Mitspracherechte einräumen zu müssen. [...]

Auch Formen des Forderungsverkaufs wie der reine Forderungsverkauf, das Factoring oder Asset Backed Securities (ABS) bringen Vorteile: Sie können vor Forderungsausfällen absichern sowie die Liquidität und Eigenkapitalquote steigern.

– Durch Forderungsverkauf können Unternehmen Verluste minimieren und die Effizienz des Forderungsmanagements steigern. Es handelt sich um den Verkauf bereits zahlungsgestörter Forderungen[...] Neben der sofortigen Liquiditätszufuhr können Firmen Verwaltungskosten sparen und interne Abteilungen entlasten.

– Beim Factoring dagegen übernimmt der Forderungskäufer (Factor) bereits bei Umsatzentstehung die noch nicht fälligen oder zukünftig entstehenden Forderungen des Unternehmens. Mit der Abtretung werden die Umsätze des Verkäufers umsatzkongruent vorfinanziert. Vor allem für Unternehmen mit hohen Außenständen oder für junge, expandierende Unternehmen ist Factoring attraktiv: Es steigert die Liquidität und führt zu einer Bilanzverkürzung. [...]

Mittelständler sollten sich beraten lassen, welche Finanzierungsmöglichkeiten für sie individuell in Frage kommen. Denn alles in allem können sie damit nicht nur kurzfristig ihre Liquidität verbessern, sondern auch langfristig die Rating-Anforderungen der Basel-II-Regelungen besser erfüllen.

Hans-Werner Scherer ist Vorsitzender der Geschäftsführung der KG EOS Holding GmbH & Co. KG

>>> 31.01.2008

Süddeutsche Zeitung

Weniger arme Schuldner

Hamburg – Unter den Schuldnern, die ihre Rechnungen nicht mehr bezahlen können, finden sich nach einer Studie erstmals seit fünf Jahren weniger sozial schwache Personen. Ihr Anteil sank 2007 um 1,7 Punkte auf 52,8 Prozent, teilte der Finanzdienstleister EOS am Mittwoch in Hamburg mit. Das Unternehmen, das zur Otto Group gehört, befragte 1288 Schuldner und ermittelte den Anteil von Arbeitslosen und Sozialgeldempfängern. Das Ergebnis bedeute, dass auch die finanziell schlechter gestellten Kunden der EOS vom Aufschwung am Arbeitsmarkt profitieren konnten. Auch der Anteil junger Schuldner unter 25 Jahren ging um 0,6 Punkte zurück. *dpa*

>>> Mai 2006

missler

Das richtige Know-how für säumige Schuldner

Initiative aus Hamburg: neuer Lehrberuf im Inkassowesen

Den eigenen Nachwuchs bildet man am besten selber aus. Aus dieser Erkenntnis heraus ist in Hamburg ein neuer Lehrberuf entstanden: der Bürokaufleute mit Zusatzqualifikation Inkasso. Ein Berufsbild, das genau auf die unternehmenseigenen und branchenspezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Mit einher geht auch eine Verbesserung des Qualitätsstandards der Inkassobranche in der Ausbildung.

Mit-Initiator des zertifizierten Ausbildungsberufs ist die EOS Gruppe, ein internationaler Finanzdienstleister, der in Deutschland marktführend im Bereich Forderungsmanagement ist. Als Projektleiterin ist Kirsten Schröder verantwortlich. Sie ist Geschäftsführerin der Verleger-Inkasso-Stelle Inkassokontor Wallstab GmbH (IKW-VIK). Das Kerngeschäft des Unternehmens, das 1949 von Dr. Goswin Wallstab gegründet wurde, liegt im Forderungseinzug für Verlage und Medien. In diesem komplexen Prozess werden an die Mitarbeiter vielfältige Anforderungen gestellt, die sowohl kaufmännische wie auch juristische Kenntnisse abdecken können. Mit einer üblichen Ausbildung zum Bürokaufmann oder zum Rechtsanwaltsfachangestellten fehlt entscheidendes Know how für das Inkassowesen. Folgerichtig musste ein neuer Weg eingeschlagen werden. Kirsten Schröder: „Wir wollen gute Mitarbeiter langfristig an uns binden. Als

Kirsten Schröder ist Geschäftsführerin der IKW-VIK, die auf den Forderungsmanagement für Verlage und Medien spezialisiert ist

Unternehmen sehen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung, uns nicht nur zu beklagen, sondern auch zu handeln und aktiv auszubilden."

Gemeinsam mit der Handelskammer Hamburg, der Berufsschule Hamburg-Harburg und einigen Inkasso-Ausbildungsbetrieben ist für die Metropolregion der Einstieg in das neue Berufsbild gelungen. Zukunftsweisend ist die Qualifikation, die nach strengen und seriösen Maßstäben des Inkassowesen erfolgt, auch für die Banken und Versicherungen.

Die Perspektive bei EOS heißt, Berufsanfänger auszubilden, um sie dann zu übernehmen. Die Erfolgsbilanz ist gut, inzwischen steht bereits der zweite Jahrgang der 3-jährigen Ausbildung vor der Abschlussprüfung. Vorsichtig geschätzt liegt der zukünftige Bedarf bundesweit an qualifizierten Fachkräften bei 300 bis 400 Kandidaten. Weitere Bundesländer interessieren sich für die Ausbildung. Schröder steht mit einigen im Gespräch. Bis es jedoch soweit ist, wird noch Zeit vergehen. Und bis dahin muss man sich dann noch über einen bundesweit gültigen Namen für diesen neuen Beruf einigen – da herrscht nämlich auch noch Uneinigkeit. *ffm*

Weitere Informationen:
www.ikw-vik.de

>>> 20.07.2005

DIE WELT

Finanzdienstleister EOS engagiert sich auf dem griechischen Markt

Die KG EOS Holding GmbH & Co hat die Mehrheit an dem griechischen Finanzdienstleister Europe Matrix Financial Services S.A. übernommen. Einen entsprechenden Vertrag unterzeichneten die Vorsitzenden beider Unternehmen heute in Hamburg.

Damit tritt der internationale Financial-Services-Anbieter EOS in den griechischen, mazedonischen, bulgarischen und serbischen Markt ein. Die EOS Gruppe ist nun in 16 europäischen Ländern und den USA vertreten. Mit der neuen Mehrheitsbeteiligung stärkt sie insbesondere ihre Marktposition in ihrem umsatzstärksten Geschäftsfeld, dem Forderungsmanagement, sagte Hans-Werner Scherer, Vorstandsvorsitzender der Gruppe. Weltweit betreut EOS mehr als 20 000 Kunden – neben Telekommunikationsanbietern auch Banken, Versicherungen, Industrie- und Handelsunternehmen sowie Energieversorger. *pmw*

>>> 30.04.2008

NAFTEMPORIKI

Χαλαρά στην Ελλάδα τα περιθώρια πληρωμών

Τετάρτη, 30 Απριλίου 2008 07:00

ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ της Ελλάδας, της Πολωνίας, της Ρουμανίας και της Ρωσίας αναπτύσσονται δυναμικά, όμως σε ορισμένες περιπτώσεις υπό αντιλλές διαφορετικές συνθήκες και με βάση το δικήτερο χαρακτηριστικό τους, όπως διαπιστώνεται από τα χρονικά περιθώρια και τις πρακτικές πληρωμών που ισχύουν σε κάθε χώρα.

Αυτό ακριβώς είναι το συμπέρασμα έρευνας που πραγματοποίησε η EOS και ο οργανισμός ανεξάρτητων ερευνών ανόρός Ipsos τον Οκτώβριο του 2007 σχετικά με τις «Πρακτικές Πληρωμών στην Ευρώπη το 2007». Βάσει ερωτήσεων που απευθύνθηκαν σε 200 επιχειρήσεις σε Ελλάδα, Πολωνία και Ρωσία και 45 στη Ρουμανία.

Στην Ελλάδα διαπιστώνεται ότι το χρονικό περιθώριο πληρωμών είναι χαλαρό. Το μέσο επίπεδο του υπό διαπραγμάτευση χρέους ως ανάλογία των συναλλαγών πωλήσεων κυμαίνεται στο 25%.

Περισσότερες από τα ένα-τέταρτο των ελληνικών επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα επεσήμαναν ότι ο μέσος όρος των χρημάτων που εισέπραξαν ανά οφειλέτη ξεπερνά τις 10.000 ευρώ.

Δεδομένου όμως ότι στην Ελλάδα ισχύουν μεγάλα χρονικά π η ρευστότητα πιθανόν να απουσιάζει από άλλους τομείς. Ελλ θα βελτιωθεί στο μέλλον, ενώ το 35% προβλέπει περαιτέρω

Στην Πολωνία οι προθεσμίες πληρωμών τηρούνται αυστηρά κ επιχειρήσεις ελέγχουν την πιστοληπτική κατάσταση των κατα Αντίθετα, στη Ρωσία αυτού του είδους οι έλεγχοι είναι περισσ

„Zahlungsziele in Griechenland sind außer Kontrolle“

Die griechische Handels- und Finanzzeitung Naftemporiki nahm die EOS Vier-Länder-Studie zum Anlass, über die Zahlungsgewohnheiten in Griechenland zu berichten.

>>> 27.07.2009

Wirtschafts Woche

Braver Süden

Zahlungsmoral: Viele Firmen fürchten eine steigende Zahl unbezahlter Forderungen.

Die Sorge der Unternehmen ist groß, dass ein spürbarer Anstieg der Arbeitslosigkeit auch der Zahlungsmoral in Deutschland einen weiteren Dämpfer verpasst. Denn schon jetzt beklagen 44 Prozent der deutschen Firmen, dass diese in den letzten zwei Jahren zurückgegangen sei. Das ergab eine bisher unveröffentlichte Umfrage des Inkassoanbieters EOS unter 400 deutschen Unternehmen und weiteren 800 in Großbritannien, der Schweiz, Ungarn und Bulgarien. 52 Prozent der deutschen Firmen rechnen demnach künftig mit einer Verschlechterung der Zahlungsmoral, auch weil sie fast alle in den nächsten Monaten einen Anstieg von Privat- und Unternehmensinsolvenzen erwarten. Im innerdeutschen Vergleich haben es die süddeutschen Firmen etwas komfortabler als norddeutsche. Zahlen im Süden 79 Prozent der Kunden ihre Rechnungen fristgerecht, sind es im Norden nur 75 Prozent. Zudem fallen im Süden mit nur 1,6 Prozent weniger Forderungen komplett aus als im Norden, wo es 2,8 Prozent sind. Verzögerungen oder Ausfälle treffen vor allem finanzschwache Betriebe. So waren der Umfrage zufolge 22 Prozent aller ostdeutschen Firmen wegen Zahlungsverzögerungen schon einmal in ihrer Liquidität bedroht. Der bundesweite Schnitt liegt bei elf Prozent. Doch im Vergleich zu manch osteuropäischem Land ist Deutschland Zahlungsparadies. So liegt der Anteil fristgerecht gezahlter Forderungen in Ungarn bei nur 21 Prozent, in Bulgarien bei 53 Prozent.

Stölzel, Thomas

>>> 14.12.2007

Der Versandhausberater
Aktuelle Informationen aus dem Versandhandel

EOS kooperiert mit Fortis in Benelux

EOS, die Finanzsparte der Otto-Group, wird nun auch in Belgien und Luxemburg aktiv. Dazu beteiligt sich EOS zur Hälfte an Aremas, eine Fortis-Tochter für Kreditabsicherungen. Aremas kümmert sich um die Einbringung von offenen Krediten der Fortis-Institute wie etwa Alpha Credit, Fortis Banque, ICS Belgium oder Fortis Insurance Belgium.

>>> 22.05.2008

BURSA
ZIARUL OAMENILOR DE AFACERI

POTRIVIT STUDIULUI "OBICEIURI DE PLATĂ ÎN EUROPA",

România stă bine la recuperarea creanțelor

Colectarea creanțelor la termen de la persoanele fizice și companii se realizează punctual în proporție de 67% în țara noastră, față de Polonia, unde achitarea datoriilor la termen se realizează doar în proporție de 9%, potrivit studiului "Obiceiuri de plată în Europa", realizat pe un eșantion de patru țări, la sfârșitul anului 2007, de către "EOS Group", în colaborare cu "Ipsos".

În privința celorlalte două țări în care a fost realizat studiul, Rusia și Grecia, cota cea mai mare a plăților efectuate la termen a fost înregistrată în Rusia, 84%, față de 68% în Grecia.

...tificarea bo- companiile ...eazā în spe- ...icare (50%), ...ze de date ...cele oferite ...Comerț și Industrie (43%).

Studiul realizat de "EOS Group" arată că societățile din telecomunicații, bănci și asigurări verifică bonitatea clienților în proporție de 100%, cele din industrie de 90%, iar cele din comerț în proporție de 87%. În același timp, cu cât este mai mare cifra de afaceri a companiilor debitoare, cu atât mai mult este verificată solvabilitatea clienților.

O altă modalitate pusă în practică de către companiile românești pentru evitarea riscurilor de neplată este cea a plății în avans (40%) sau în mărfuri prime". Pentru evitarea acestor situații, tot mai multe companii optează pentru înființarea unui departament specializat în managementul creanțelor. Potrivit studiului, în țara noastră, 20% dintre companii au un astfel de departament.

Directorul "EOS KSI" a mai declarat că portofoliul de produse pentru care oferă servicii de recuperare de datorii sunt în general credite de consum și mai puțin credite ipotecare. Domnia sa a adăugat că, în țara noastră, creanțele își au originea, în general, în anii 2005-2006.

În prezent, "EOS KSI România" este liderul pieței locale de colectare a creanțelor și de cesionare a facturilor încasate, cu o cotă de piață de 40%. Cifra de afaceri preliminară pentru anul fiscal 2007 a fost de 9 milioane de euro, în creștere față de anul 2006, când a însumat 6,5 milioane de euro.

Natașa Negru

Rumänien steht im Forderungsmanagement gut da

Die rumänische Zeitung „Bursa“ berichtete aufgrund der von EOS in Auftrag gegebenen Vier-Länder-Studie zu den Zahlungsgewohnheiten in Europa über die Zahlungsmoral in Rumänien.

EOS IN ZUKUNFT

„EOS ist die Göttin der Morgenröte, und genau wie diese ist die EOS Gruppe die aufgehende Sonne der Qualität und des Service im Finanzdienstleistungssektor. Wir gratulieren dazu, seit zehn Jahren stets ‚früh erwachend' zu sein!"

Denis Figge und Corinna Stricker,
Azubis, EOS KSI, Deutschland

„Serviceline gratuliert EOS zum Zehnjährigen!

Ein freundliches Lächeln bei jedem Telefonat, eine maßgeschneiderte Zahlungsvereinbarung als konsequenter Rat – soll unser täglicher, tatkräftiger EOS Beitrag sein als effizienter Dienstleister telefonischer Art."

Team EOS Serviceline, Deutschland

„Als einstige Marketingleiterin durfte ich die Marke EOS 2000 entwickeln und einführen. Sie ist quasi mein erstes Baby – und nun wird sie schon zehn Jahre alt. Die erfolgreiche Entwicklung mitzuverfolgen macht mir viel Spaß. Ich wünsche EOS in den nächsten Jahren weiterhin viele engagierte Mitarbeiter, die für diese Idee brennen und an ihren Erfolg glauben."

Melanie Kallenberg,
EOS Corporate Communications,
EOS Holding, Deutschland

„Wir wünschen EOS viel Erfolg und hundert Jahre Fortschritt."

Team EOS KSI, Polen

ERFOLGSSTORY

Die Geschäftsführer der EOS Gruppe über die Entwicklung von EOS, aktuelle Herausforderungen und die zukünftige Unternehmensstrategie.

Flexibilität und Dynamik haben EOS für die Zukunft fit gemacht.

DR. ANDREAS WITZIG

Herr Scherer, zehn Jahre EOS: Markenhistorisch ist das keine allzu lange Zeit. Warum feiern Sie dennoch?

Hans-Werner Scherer: Es stimmt, im Grunde genommen feiern wir mit dem zehnjährigen Jahrestag von EOS einen Kindergeburtstag – in der Hoffnung, dass der nun folgende pubertäre Reifeprozess keiner mit allzu großen Stabilitätsschwankungen sein wird. Aber Spaß beiseite: Wir sind der Überzeugung, dass es in der heutigen Zeit sehr wohl einen Grund zum Feiern gibt, wenn ein Unternehmen erfolgreich am Markt etabliert wurde und wächst. Wir möchten die Gelegenheit nutzen, uns bei allen Partnern zu bedanken. Bei den Kunden bedanken wir uns für ihr Vertrauen in EOS und bei den Mitarbeitern für ihr Engagement.

Paul Leary senior: Dabei wollen wir nicht vergessen, dass einige EOS Unternehmen viel länger als zehn Jahre am Markt sind. Das deutsche Unternehmen mercator inkasso zum Beispiel besteht inzwischen seit fast 80 Jahren, mein Unternehmen CCA in den USA startete das Geschäft 1992. Die Mischung aus erfahrenen und neuen Unternehmen macht den Erfolg von EOS aus. Diesen Erfolg als internationales Netzwerk unter der Marke EOS möchten wir mit allen Beteiligten feiern.

Wir haben gelernt, international zu denken, und sind offen für Neues.

HANS-WERNER SCHERER

Worauf sind Sie stolz, wenn Sie auf die vergangenen Jahre zurückblicken?

Scherer: Stolz bin ich auf die Mitarbeiter. Sie haben das Unternehmen auf seinem Weg vom national agierenden Konzern hin zu einer international präsenten Gruppe mit Standorten in über 20 Ländern begleitet. Ein Prozess wie dieser verlangt von jedem Mitwirkenden Offenheit, Engagement und Mut. Schließlich wurde die gesamte Struktur unserer Organisation verändert.

Dr. Andreas Witzig: Ein gutes Stichwort: Der Aufbau der Struktur von EOS ist meiner Ansicht nach ein Punkt, auf den wir stolz sein können. Als ich 2006 zunächst als Berater der Otto Group das Unternehmen aus einer externen Perspektive betrachtete, haben wir eine andere Organisationsform als die heutige vorgefunden. Das Unternehmen wuchs sehr schnell, und es war klar, dass es eines neuen Aufbaues bedurfte, um diese Entwicklung erfolgreich zu begleiten. Hier habe ich eine hohe Bereitschaft zur Veränderung und Anpassung erlebt. Wir haben den Konzern mit Flexibilität und Dynamik für die Zukunft fit gemacht.

Klaus Engberding: Es klingt vielleicht vermessen, aber ich bin neben den schon erwähnten Punkten auch einfach stolz auf den Erfolg des Unternehmens. Wenn sich harte Arbeit auszahlt, generiert das Zufriedenheit – egal ob auf der Sachbearbeitungsebene, im Topmanagement oder in der IT. Die Gruppe hat sich im Forderungsmanagement zu einer international führenden Größe in ihrem Segment entwickelt. Wir gehören zu den Marktführern, Kunden kennen uns, haben Vertrauen in uns und verbinden mit EOS weltweite Kompetenz. Es ist spannend, für so ein Unternehmen zu arbeiten – das ist ja heute keine Selbstverständlichkeit.

Justus Hecking-Veltman: Es zeigt sich, dass die Strategie von EOS die richtige ist: Das internationale Netzwerk von EOS erweist sich als stabil. Schwierigkeiten in einem Markt können bis heute mit guten Ergebnissen aus anderen Märkten ausgeglichen werden. Diese Stabilität hilft uns besonders in Zeiten der weltweiten Finanzkrise.

Die globale Finanzkrise war das bestimmende Thema der vergangenen zwei Jahre: In welchen Ländern ist EOS betroffen?

Hecking-Veltman: Die Krise belastet uns in einigen Ländern Osteuropas. Hier hat sich die Erwartung einer sehr raschen Angleichung der Volkswirtschaften an das westliche Niveau nicht erfüllt.

Christos Savvides: Anders als in entwickelten Märkten wie beispielsweise Deutschland fehlen in Osteuropa Systeme zur sozialen Sicherung. Dies hatte, als die Krise in Europa ankam, direkte Auswirkungen auf das Zahlungsverhalten. Zwar registrieren wir einen Zustrom höherer Forderungen, doch fällt es gleichzeitig immer schwerer, die Schulden einzutreiben.

Welche Lehren zieht EOS?

Hecking-Veltman: Grundsätzlich stellen wir fest, dass wir in der Krise vielleicht nicht alles, aber doch vieles richtig gemacht haben. Vor allem unser Credo „Qualität vor Preis“ hat sich bewährt. Nehmen Sie den Forderungskauf als Beispiel: Nach über 20 Jahren Erfahrung in dem Geschäft bewerten wir Forderungspakete recht sicher und kalkulieren unsere Angebote dementsprechend realistisch. Wenn ein Verkäufer nicht darauf eingeht, sagen wir das ein oder andere Mal auch nein, selbst wenn es schwerfällt. Preis-Dumping ist mit EOS nicht zu machen.

Leary, sen.: Ein internationaler Konzern wie EOS hat gegenüber >>

Als internationaler Konzern profitieren wir von der Vielfalt der Kulturen.

PAUL LEARY SENIOR

Die Bereiche, in denen wir tätig sind, bieten noch viel Potenzial.

CHRISTOS SAVVIDES

>>

nationalen Vorteilen auch Vorteile in Krisenzeiten. Wir profitieren von der Vielfalt an Kulturen. Man geht unterschiedlich an Probleme heran, man lernt voneinander. Ein Beispiel: Die USA erlebten in den vergangenen Jahrzehnten viel häufiger Krisen als Deutschland. Dies führt dazu, dass man Strategien häufiger flexibel anpasst. Mehrere Tausend Unternehmen konkurrieren im US-Markt, und so ist eine positive Einstellung für uns selbstverständlich. „Think big, act small" lautet unsere Devise. Die Erfahrungen und das Wissen, in einem solchen Umfeld erfolgreich zu wachsen, werden in naher Zukunft für EOS in einigen europäischen Ländern strategisch sicher wertvoll sein.

Savvides: Das Wachstum, das wir in den vergangenen Jahren in Osteuropa verzeichnet haben, kam innerhalb weniger Monate zum Erliegen. 2009 erfuhren wir, wie wichtig es ist, flexibel zu sein und sich an die Veränderungen dieser Märkte anpassen zu können. Veränderung ist sozusagen die einzige Konstante, und die Bereiche, in denen wir tätig sind, bieten noch immer ein großes Potenzial. Die derzeitige Krisensituation betont noch einmal, welch große Rolle wir im Kreditmanagement spielen.

Dr. Witzig: Ich denke auch, die Mischung ist entscheidend. Das Stammland kann von Ost-, West- und Südeuropa ein bisschen Flexibilität abgucken; viele Länder schätzen an Deutschland wiederum ein hohes Maß an Planung und Disziplin – was gerade bei multinationalen Projekten ein wichtiger Treiber ist.

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei der internationalen Expansion?

Scherer: Meine Kollegen haben es indirekt bereits angesprochen: Es war für uns eine Herausforderung, uns im Denken von unseren Erkenntnissen und Erfahrungen, die wir im deutschen Markt gewonnen hatten, zu lösen und international denken zu lernen. Was wir anstreben, ist Offenheit gegenüber neuen, anderen Ideen und Ansätzen.

Offenheit ist einer der Kernwerte der Marke EOS. In den vergangenen Jahren investierte der Konzern in die Implementierung des eigenen Wertesystems. Warum ist das Thema relevant?

EOS hat in der Krise nicht alles, aber vieles richtig gemacht.

JUSTUS HECKING-VELTMAN

Scherer: Werte halten eine Organisation zusammen. Wenn wir nachhaltig Bestand haben wollen, brauchen wir ein gemeinsames Verständnis für unsere Überzeugungen. Wie wir arbeiten, unterscheidet uns deutlich vom Wettbewerb und hat uns den Erfolg beschert, den wir heute feiern. EOS verfolgt einen klaren Ansatz. Wir sind konsequent in der Sache und sympathisch im Umgang. Die Werte, die hinter unserer Überzeugung stehen, beherzigt jeder Mitarbeiter. Deshalb verwenden wir über unsere Interne Kommunikation viel Energie darauf, unser Wertesystem zu verbreiten und uns daran zu erinnern, danach zu handeln.

Engberding: Von unseren Mitarbeitern erwarten wir eine hervorragende Leistung, dazu braucht es ein hohes Maß an Identifikation. Gerade in einer sensiblen Branche wie dem Forderungsmanagement möchten wir unsere Seriosität, Glaubwürdigkeit und nicht zuletzt unsere Leidenschaft für unsere Aufgabe manifestieren. Für die Mitarbeiter und für unsere Kunden.

Zehn Jahre EOS liegen hinter der Organisation in dieser Form: Was wünschen Sie dem Unternehmen für die kommenden Jahre?

Hecking-Veltman: Viel Erfolg. Damit dieser anhält, wünsche ich EOS weiterhin motivierte und qualifizierte Mitarbeiter und den ungebrochenen Rückhalt unseres Gesellschafters, der unser Wachstum so maßgeblich fördert und uns Stabilität gibt.

Leary, sen.: Ich wünsche mir, dass unser wunderbares Unternehmen

Unsere Kunden vertrauen uns und verbinden EOS mit weltweiter Kompetenz.

KLAUS ENGBERDING

mit seinen unglaublich engagierten Mitarbeitern weiteres Wachstum realisieren und so einer soliden und sicheren Zukunft entgegenblicken kann.

Engberding/Dr. Witzig: Wachstum ist der Garant für künftigen Erfolg, deshalb freuen wir uns auf die weitere Expansion.

Savvides: Ich wünsche mir, dass wir weiterhin erfolgreich wachsen und dass die Leidenschaft für höchste Qualität erhalten bleibt, die unser Team auszeichnet.

Scherer: Ich schließe mich meinen Kollegen an: Wachstum wird unsere Existenz langfristig sichern. Dabei wünsche ich allen Mitarbeitern die Zuversicht und die Begeisterungsfähigkeit, die dieses große Projekt EOS verdient. <<

AUSBLICK

Jürgen Schulte-Laggenbeck, Konzern-Vorstand Finanzen und IT der Otto Group

Sehr geehrte Kunden, Partner und Mitarbeiter der EOS Gruppe,

wenn ich an EOS denke, bin ich erstaunt darüber, welch rasante Entwicklung hier stattgefunden hat.

Gestartet in den Siebzigerjahren als Inkassodienstleister, hat sich die EOS Gruppe inzwischen international als Anbieter von Financial Services etabliert. Insbesondere das Wachstum der letzten Jahre machte das Unternehmen zu einem wichtigen Ergebnisbringer des Otto Konzernes, auf den wir mit Stolz blicken.

Die Erfolgsgeschichte von EOS zeigt, was Zielstrebigkeit und Leidenschaft für die Sache bewirken können. Mich persönlich begeistert immer wieder, mit wie viel Engagement sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei EOS für ihr Unternehmen und ihre Kunden einsetzen. In der Branche zu den Besten zu gehören, das ist das erklärte Ziel.

Ich freue mich, diese Entwicklung als Beiratsvorsitzender begleiten und fördern zu dürfen. Zum zehnjährigen Bestehen der Marke wünsche ich EOS viele weitere erfolgreiche Jahre, denn dieses Jubiläum ist erst der Anfang.

Ihr
Jürgen Schulte-Laggenbeck

Impressum

Herausgeber: KG EOS Holding GmbH & Co, Steindamm 71, 20099 Hamburg, Telefon +49 40 2532-8657, Telefax +49 40 2532-8658, www.eos-solutions.com
Verantwortlich: Lara Flemming, Head of Corporate Communications & Marketing
Produktion: JDB MEDIA GmbH, Hamburg
Redaktion: Maja Alfke, Melanie Kallenberg, KG EOS Holding GmbH & Co / Björn Dethlefs, Martina Köhnlein, Dania Müller, Julia Poppe, JDB MEDIA GmbH
Fotos: Archiv EOS Holding und Tochtergesellschaften, Fotolia (1), Getty Images (2), JDB (15)
Übersetzung und Lektorat: SKH SprachKontor Hamburg GmbH
Druck: Schlütersche Druck, Hannover-Langenhagen